

**Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Кафедра рекламы и связей с общественностью**

**Публичная дипломатия как инструмент внешней политики в
современных международных отношениях**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Мельникова Мария Ивановна,
обучающийся группы БМ-41

подпись

Руководитель:
Грибан Олег Николаевич,
кандидат педагогических наук, доцент
кафедры рекламы и связей с
общественностью

подпись

Екатеринбург 2018 г.

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Публичная дипломатия в современных международных отношениях: теоретический аспект	9
1.1. Современные международные отношения и их особенности	9
1.2. История и причины возникновения публичной дипломатии	17
1.3. Публичная дипломатия: цели, инструменты и методы	30
Глава 2. Практика использования публичной дипломатии как инструмента внешней политики США и Российской Федерации	45
2.1. Публичная дипломатия США и ее особенности	45
2.2. Преимущества и недостатки публичной дипломатии РФ	60
2.3. Тенденции развития публичной дипломатии РФ: ситуационный анализ	76
Заключение	96
Список использованных источников и литературы	101
Приложения	111

Введение

В последние десятилетия особенно возросла роль дипломатии, поскольку вопросы внешней политики стали находиться под пристальным вниманием СМИ и вследствие этого под активной вовлеченностью общества. В XXI в. каналы воздействия государства на международные процессы и другие страны расширяются. Если еще недавно чуть ли не главным инструментом внешней политики считалась жесткая сила: военная мощь, экономический и технический потенциал, то сегодня более важным фактором воздействия, чем обладание ядерным оружием и экономический успех является идеологическая убедительность и культурная привлекательность страны.

Публичная дипломатия в роли основного дополнительного способа реализации внешнеполитических целей государства приобретает особую актуальность с учетом трансформации геополитической картины мира под воздействием глобальных процессов. Занимается изучением и информированием зарубежной аудитории, а также установлением контактов с ней [Мкртумян М. Г. 2016. С. 576].

Эффективность осуществления государственной власти в любой стране по большей мере зависит от информационного сопровождения ее деятельности. В наши дни, тяжело представить эффективно функционирующий механизм публичной власти без медиаподдержки всех направлений внутренней и внешней политики государства. К факторам, которые формируют параметры внешней оценки государства (показателем статуса на международной арене) относят: количество, качество и доступность информационных ресурсов.

Публичная дипломатия выступает в форме эффективного инструмента реализации внешнеполитических целей. В последние десятилетия заметно вырос интерес к публичной дипломатии в рамках научных концепций, а

также среди государственных, политических деятелей, журналистов и в целом общества. На сегодняшний день страны, претендующие на лидерство на международной арене, уделяют особое внимание выбору инструментов публичной дипломатии.

В последние годы можно отметить активное развитие в России публичной дипломатии. В настоящее время происходит налаживание тесного сотрудничества с зарубежными обществами. Международный имидж Российской Федерации важно и необходимо совершенствовать путем улучшения своих инструментов публичной дипломатии, поскольку на данный момент в мире происходит нарастание экспансии США.

На сегодняшний день, в условиях усложнения информационно-коммуникационных процессов и становления общества более современным и информационным, государственная информационная политика расширяет свой спектр задач. С точки зрения обеспечения национальной безопасности и внешнеполитических интересов России в числе таких задач И. В. Мещеряков выделяет: формирование единого информационного пространства России и ее вхождение в мировое информационное поле; обеспечение информационной безопасности личности, общества и государства; обеспечение политической стабильности; регулирование и совершенствование процессов информационного взаимодействия во всех сферах жизни общества и государства, а равно – процессов коммуникационно-технического обеспечения такого взаимодействия и т. Д [Мещеряков И.В. 2016. С. 553].

Таким образом, публичная дипломатия является достаточно актуальным явлением в мировой политике и вызывает большой интерес со стороны теории и практики на Западе. Также рассматривается как важнейший инструмент формирования общественного мнения, который в свою очередь вносит вклад в развитие успешного государства. Современный мир диктует необходимость и важность применения ее в российской практике.

Объектом исследования является современная система международных отношений.

Предмет исследования – публичная дипломатия как инструмент внешней политики.

Цель исследования – определить значимость публичной дипломатии в введении внешней политики государства и проанализировать перспективы развития публичной дипломатии в РФ.

Поставленная цель достигается путем решения ряда определенных задач:

1. Охарактеризовать особенности современных международных отношений.
2. Проанализировать историю и причины возникновения публичной дипломатии.
3. Определить понятие, цели, инструменты и методы публичной дипломатии.
4. Провести сравнительный анализ опыта использования публичной дипломатии во внешней политике США и РФ.
5. Выявить преимущества и недостатки публичной дипломатии России.
6. Сделать вывод о тенденциях и перспективах развития публичной дипломатии России.

Степень научной разработанности исследования заключается в том, что к публичной дипломатии и их особенностям, в разное время обращались многие ученые, такие как: Г. Никольсон, А.В. Лукин, О.А. Манжулина, А.В. Долинский, Д.А. Звягина и др. Наиболее точно описаны цели и особенности публичной дипломатии в работах Мейлоун Г. На сегодняшний день, публичная дипломатия активно изучается как в зарубежной, так и в отечественной научной литературе. К примеру, в коллективной монографии Д.Н. Барышникова, Р.В. Костюк, С.Л. Ткаченко «Эффективность дипломатии» подробно рассмотрена роль современной публичной

дипломатии. В работе также были использованы труды, в которых переплетаются понятия «публичная дипломатия» и «мягкая сила». В частности, были использованы работы Цветковой Н.А., в которых раскрывалась теоретическая составляющая публичной дипломатии, а именно: определение, особенности и цели ПД. Также в работах Мещерякова Т.В., Никифоровой Г.Ю., Окольниковой И.Ю. была проведена аналогия ПД с пропагандой, были рассмотрены их отличительные черты. Касательно современных тенденций в области публичной дипломатии в частности в РФ были использованы труды А.Торкунова, М.Макарычева, Н.Бурлинова.

Источниковой базой послужили документы и доклады МИД России, Государственного департамента США, Фонда Горчакова, Доктрина информационной безопасности РФ, Конституция РФ, Концепция внешней политики РФ, Указы президента РФ, Концепция «мягкой силы». Дж. Най. В научный оборот, понятие «мягкая сила» ввел американский политолог Дж. Най, который известен благодаря своей концепции «мягкая сила». В своих работах он также раскрыл значимость применения данной концепции во внешней политике, подчеркнул необходимость формирования имиджа государств на международной арене как средства увеличения «мягкой силы».

Необходимо отметить, что анализ и оценка подходов к изучению публичной дипломатии были проведены на основе изучения нормативных правовых актов и научных трудов из области теории международных отношений, дипломатии, сравнительной политологии. Кроме того, были разобраны различного типа официальные источники, прежде всего документы Администрации Президента РФ, Правительства РФ, Правительства США, Конгресса США. Были также использованы материалы интернет-порталов международных организаций и объединений, ведущих мировых СМИ, личные интернет-страницы политических деятелей и организаций, мемуары и выступления политических лидеров, социальные сети. Следует также отметить ряд работ на английском языке, которые были использованы в работе и в которых автор нашел значительный

фактологический материал по целям ПД, ее сути и основной идее. Периодические издания США – «Journal of communication», «Inquiry», «Times», «History today», «Washington Post».

Цели и задачи настоящей работы предопределили выбор следующих теоретических методов: анализ, синтез, обобщение, систематизация. Системный подход, позволяющий описать объект как системное целое с точки зрения его структуры, элементов, функций и целей, наиболее широко раскрывает такие важные понятия, как публичная дипломатия, внешняя политика и современные международные отношения. Методом проектирования были сделаны выводы о тенденциях развития публичной дипломатии в России. В работе активно использовался метод дедукции, с помощью которого было сформировано собственное видение на публичную дипломатию и «мягкую силу».

Также в исследовании были использованы эмпирические методы, с помощью которых можно провести сравнительный анализ публичной дипломатии и описание структуры публичной дипломатии в США и России. Активно применялся метод контент-анализа, посредством которого были изучены особенности ориентации того или иного государства в рамках публичной дипломатии. Метод сравнения, позволил сопоставить публичную дипломатию в США и в РФ, тем самым выделив отличительные черты каждой из них. Институциональным методом были проанализированы зарубежные СМИ по дискурсу о публичной дипломатии. Активно использовался метод кейсов, путем которого были рассмотрены различные случаи применения публичной дипломатии.

Структура работы, обусловленная целью и задачами исследования, состоит из: введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы, состоящей из 109 источников и приложения.

Во введении определены актуальность, задачи, объект, предмет исследования, описана степень изученности работы, источниковая база и структура работы.

В первой главе рассматривается публичная дипломатия в контексте современных международных отношений, а именно: особенности современных международных отношений, история возникновения публичной дипломатии, а также анализ самого понятия.

Вторая глава посвящена анализу публичной дипломатии в США, а также в Российской Федерации, кроме того определяет тенденции развития российской публичной дипломатии.

В заключении подведены итоги проделанной работы, сформулированы основные выводы и определены тенденции развития публичной дипломатии России. Вторично указана актуальность проведенного исследования. Сформулировано свое понимание публичной дипломатии

Приложения содержат глоссарий; рейтинг министерств иностранных дел по использованию инструментов цифровой дипломатии; рейтинг эффективности государств в сфере использования интернет-сервисов для продвижения внешнеполитических взглядов и влияния на общественное мнение; схема- сферы публичной дипломатии; таблица- отличие понятий «публичная дипломатия» и «мягкая сила»; таблица-изменение роли и значения публичной дипломатии в XXIв.; официальные страницы МИД РФ в Твиттере и инстаграме; официальная страница Госдепа США в Твиттере.

Глава 1. Публичная дипломатия в современных международных отношениях: теоретический аспект

1.1. Современные международные отношения и их особенности

Понятие международных отношений сформировалось не так давно - на рубеже XVIII-XIX вв., невзирая на тот факт, что еще во времена Античности люди обращались к исследованию международных отношений. Термин был введен Дж. Бентам - английским философом. Замедление понятийного оформления международных отношений спровоцировано, скорее всего неразвитостью гуманитарных наук, формирование которых завершилось в Европе только в середине позапрошлого века, а также относительной слабостью национальных государств - с начала XIX в. главных действующих акторов международных отношений.

Перед рассмотрением особенностей МО необходимо понять, что такое «международные отношения» в целом. Бентама определяет международные отношения как прежде всего стихийно организованные отношения крупных национальных государств. Их сердцевиной выступали международные политические отношения (т. е. отношения, затрагивающие самый высокий уровень государственной власти), которые в этом качестве в истории международных отношений просуществовали примерно до начала 70-х гг. XX в. С этого времени на ведущие позиции начинает выходить та модель международных отношений, в которой государства оставались ведущими, но не господствующими субъектами международной жизни, а мировое пространство предстало не разорванным на многочисленные фрагменты, а тесно связанным [Богатуров А.Д., 2000, с. 49].

Начиная с давних времен международные отношения играли очень важную роль в жизни каждой страны, общества в целом и отдельной личности. Становление и развитие отдельных государств, появление границ, формирование различных сфер жизнедеятельности человека

повлекло за собой возникновение многочисленных взаимодействий, реализуемых между странами, а так же и с межгосударственными союзами и другими организациями.

Сегодняшнее понимание феномена «международные отношения» усложняется рядом связей и областей взаимодействия, в которых они реализуются. Еще одна трудность – это неопределенность разграничения отношений на международные и внутригосударственные. Довольно часто встречающийся подход к определению, который базируется на содержании в нем субъектов, осуществляющих международные коммуникации. По определению Д.К. Лоперова, международные отношения – это некая совокупность различных связей-взаимоотношений как между государствами, так и между другими субъектами, действующими на мировой арене. Сегодня в их число, кроме государств, стали входить организации, объединения, общественные движения, социальные группы и т. д. [Лоперов Д..К., 2001].

Международные отношения определяются как система политических, экономических, социальных, культурных, военных, правовых и иных связей между государствами и народами.

Рассматриваемое понятие поддается изучению со стороны различных наук. Таким образом, история анализирует проблемы возникновения и развития внешней политики и дипломатии. Экономическая наука исследует международные экономические связи. Наука международного права сосредотачивается на изучении норм и принципов, регулирующих систему международных отношений, а также взаимоотношения в пределах отдельных групп стран или на двусторонней основе. Политология играет особо важную роль в исследовании международных отношений. Уже хотя бы потому, что важнейшим объектом ее изучения является государство, которое выступает главным субъектом международных отношений. Политология сосредотачивается на исследовании именно политических связей между

государствами, рассматривая их как субъект внешней политики [Хмылев В.Л., 2010, с. 33].

На протяжении двух столетий – XX и XXI – происходят коренные изменения в системе международных отношений. Переходный период в ее развитии занимает примерно четверть века – начиная с середины 1980-х годов, когда развернутый руководством СССР во главе с М.С. Горбачевым курс на радикальное обновление страны («перестройка») дополняется политикой преодоления конфронтации и сближения с Западом («новое мышление»).

Развитие нового мироустройства, как и любая перестройка социума, осуществляется не в лабораторных условиях и поэтому может сопровождаться появлением элементов дезорганизации. Таковые действительно возникли в переходный период. Разбалансированность международно-политической системы достаточно отчетливо просматривается по целому ряду направлений. Фактором, усложняющим современный международно-политический ландшафт, становилось появление новых государств, сопряженное с противоречивым процессом их внешнеполитической идентификации, поиском своего места в системе международных отношений.

Исследователи отмечают, что теория международных отношений противоречива: она, с одной стороны, очень старая, а с другой – молодая. Объясняется это тем, что истоки появления исследований международных отношений связаны с возникновением государств, народов. Уже в древние времена мыслители рассматривали проблемы войн и обеспечения порядка, мирных отношений между странами. Вместе с тем, как отдельная систематизированная отрасль знания, теория международных отношений оформилась сравнительно недавно – в середине прошлого столетия. В послевоенные годы происходит переоценка мирового правопорядка, делаются попытки создать условия для мирного взаимодействия между

странами, формируются международные организации и союзы государств [Торкунов А.В. 2004. С.405].

Таким образом, формирование новых форм коммуникации, возникновение новых субъектов на международной арене привело к потребности выделения предмета науки, изучающей международные отношения, освободившись от влияния таких смежных дисциплин, как право и социология. Отраслевая разновидность последней формируется и по сей день, изучая отдельные аспекты международных взаимодействий.

Поскольку в первой половине XX в. умеренно развивалась дисциплина международных отношений, уже происходили быстрые социальные, технологические и научные изменения. Число независимых государств удвоилось с 1900 г. и достигло примерно 135 в 1966 г. К 1964 г. число международных организаций увеличилось до примерно 1900 (не включая международные коммерческие предприятия). Около 180 из этих организаций являются межправительственными. Коммуникационные и транспортные события существенно изменили характер международных отношений и стимулировали региональную экономическую интеграцию. Ядерное оружие изменило роль насилия как инструмента осуществления международных отношений. Эти изменения настолько кардинально изменили характер международной системы, что даже словарный запас международных отношений стремительно устарел [Быков О.Н., 2003. С. 573].

Необходимо выделить основные качественные параметры новой системы международных отношений, характеризующую то новое, что отличает формирующуюся на наших глазах международную систему от предыдущего ее состояния.

В первую очередь — это, конечно, активные процессы глобализации, относящиеся к значимым характеристикам современного мирового развития, которые, с одной стороны, являются очевидным свидетельством обретения международной системой качества — глобальности. А с другой стороны — их развитие имеет для международных отношений немалые издержки.

Глобализация может проявляться в авторитарных и иерархических формах, порождаемых корыстными интересами и устремлениями наиболее развитых государств.

Глобализация – это процесс расширения и углубления взаимообусловленности современного мира, формирование единой системы финансово-экономических, социально-политических и культурных связей на основе новейших средств информатики и телекоммуникаций [Толстых В.И. 2003, с.384].

В условиях современной глобализации, переосмысливается и увеличивается роль международных отношений благодаря активной вовлеченности практически всех государств во взаимодействия, влияющие на производство, потребление, экономику, культуру, ценности и идеалы. Появляется важность рассмотрения вопроса о том, что представляют собой эти международные отношения, как происходит их развитие, какую роль в этих процессах играет государство.

В то же время, в связи с определенными эффектами глобализации, к примеру: унификация культурных особенностей, утрата идентичности, снижение национально-государственных возможностей регулирования социума, сомнения на счет собственной конкурентоспособности – могут возникать приступы самоизоляции и протекционизма в роли защитной реакции.

Затем, в значительной степени увеличилась взаимозависимость мира, а вместе с этим образовалось много проблем глобального масштаба. «Комплексная взаимозависимость», предполагающая множественность параметров, а также наличие глобальных проблем, обусловила необходимость согласованности действий различных участников на международной арене для урегулирования конфликтных ситуаций и осуществления сотрудничества, вследствие чего во второй половине XX в. решение международных проблем объективно стало главной функцией дипломатии.

Также, в современных реалиях хорошо прослеживается тенденция увеличения количества субъектов международных отношений и их активности. Помимо роста числа государств в связи с распадом СССР и Югославии, на международную арену более активно выдвигаются различные международные организации. Как известно, международные организации подразделяются на межгосударственные, или межправительственные (МПО), и неправительственные организации (НПО). Более того, в настоящее время действует более 250 межгосударственных организаций [Бирюков Н.И., Глаголев В.С., 2008, с.12].

Далее, существенное значение на мировой арене стали приобретать международные монополии, или транснациональные корпорации (ТНК). К которым относятся предприятия, учреждения и организации, целью которых является получение прибыли, и которые действуют.

Следующей немаловажной тенденцией является увеличение количества глобальных угроз, которые в свою очередь можно разделить на две группы: Старые угрозы (бедность, распространение оружия массового уничтожения) и новые угрозы (кибертерроризм, пиратство, новые эпидемии).

Необходимо выделить 13 основных тенденций, которые могут усилить или ослабить влияние отдельных глобальных угроз, либо изменить соотношение между рисками или их группами:

- 1) стареющее население;
- 2) изменение роли международных структур (ООН, МВФ, НАТО и др.)
- 3) изменение климата;
- 4) ухудшение состояния окружающей среды;
- 5) прирост среднего класса в странах с формирующейся экономикой;
- 6) усиление национально-ориентированных настроений (это особенно остро проявляется в настоящее время в Европе, где сталкиваются две противоположные тенденции- с одной стороны, попытка новых жителей (мигрантов) не только сохранить на новом месте обитания свою культуру,

образ жизни, традиции и взгляды, но и привнести их; с другой, борьба коренного населения за сохранение идентичности);

7) усугубляющаяся поляризация общества;

8) рост числа людей, страдающих хроническими заболеваниями;

9) увеличение зависимости от цифровых технологий;

10) растущая географическая мобильность населения;

11) увеличение разницы в доходах между бедными и богатыми;

12) смещение центров силы;

13) усиливающаяся урбанизация [Иванов О.Б. Глобальные риски и тенденции современного мира. 2017, с.14].

К следующей тенденции относится отсутствие ярковыраженного центра силы (до 2000-х годов США претендовали на лидерство в мире, но сейчас, увеличилось количество игроков на международной арене).

Также, на сегодняшний день, можно наблюдать смещение экономического центра на Восток, а именно в сторону Китая и Индии.

К тенденциям стоит отнести возрастающую роль информационных технологий и СМИ в современных международных отношениях.

Таким образом, становится важным фактором увеличение количества вовлеченных участников негосударственного сектора в международные отношения в целом, а также в публичную дипломатию в частности, поскольку произошла трансформация функций специалистов по публичной дипломатии, которые теперь должны меньше времени тратить на коммуникацию, а больше времени — на управление комплексом взаимоотношений между государством и другими участниками процесса.

Разобраться, что из себя представляют международные отношения, понять их природу можно путем рассмотрения характерных черт этих взаимодействий:

1. Сложность такого рода отношений можно объяснить их непредсказуемым характером. Количество участников этих связей непрерывно увеличивается, происходит постоянное вовлечение

новых субъектов, что влечет за собой трудность в прогнозировании изменений.

2. С недавних пор можно отслеживать усиление позиции субъективного фактора, что нашло своё отражение в возрастающей роли политической составляющей.
3. Вовлечение в отношения различных сфер жизнедеятельности, а также расширение круга политических участников: от отдельных лидеров до организаций и движений.
4. В связи с большим количеством равноправных и независимых участников отношений возникает проблема – нехватка единого центра влияния.

Международные отношения представляются неким специфическим видом общественных отношений. Как и общественные отношения в целом, они являются отношениями между людьми; в них четко прослеживаются экономический, социальный, политический и духовно-культурный аспекты. Необходимо выделить ряд особенностей феномена «международные отношения». В первую очередь – это их безвластный характер. Власть является одним из основных регуляторов общественной жизни внутри государства, где существуют отношения господства и подчинения, руководства и подчинения. В отношениях между государствами властные отношения как отношения господства и подчинения является не правилом, а отклонением от него. Здесь должно быть равенство партнеров под углом зрения международного права. Это отношения конкуренции, соперничества или сотрудничества и лишь как исключение - господство и подчинение [Бовин А. 2004. С. 172].

К особенно значимым установкам по глобальной позитивной повестке дня относятся:

- 1) преодоление бедности, борьба с голодом, содействие социально-экономическому развитию наиболее отсталых стран и народов;

- 2) поддержание экологического и климатического баланса, минимизация негативных воздействий на среду обитания человечества и биосферу в целом;
- 3) решение крупнейших глобальных проблем в области экономики, науки, культуры, здравоохранения;
- 4) предупреждение и минимизация последствий природных и техногенных катастроф, организация спасательных операций;
- 5) борьба с терроризмом, международной преступностью и другими проявлениями деструктивной активности;
- 6) организация порядка на территориях, утративших политико-административную управляемость и оказавшихся во власти анархии, угрожающей международному миру.

Таким образом, современные международные отношения изменяются, и эти трансформации напрямую воздействуют не только на внутреннюю и внешнюю политику различных государств, но и на конкретного человека, его мировоззрение, принципы взаимодействия с другими людьми и в целом на всю структуру его жизнедеятельности. А к главной особенности международных отношений на современном этапе можно отнести отсутствие в них единого центрального ядра власти и управления. Следственно, они базируются на теории полицентризма. Таким образом, в международных отношениях большую роль играют стихийные процессы и субъективные факторы. Международные отношения выступают тем пространством, на котором сталкиваются и взаимодействуют на разном уровне различные силы: государственные, военные, экономические, политические, общественные и интеллектуальные.

1.2. История и причины возникновения публичной дипломатии

Перед рассмотрением такого понятия как «публичная дипломатия» следует дать определение самой дипломатии в целом. Согласно большому энциклопедическому словарю, дипломатия – это официальная деятельность глав государств, правительств и специальных органов внешних сношений по осуществлению целей и задач внешней политики государства, а также по защите интересов государства за границей [Большой Энциклопедический словарь., 2000, с. 1456].

Существует большое количество различных трактовок феномена «дипломатия». Некоторые из них приведены, например, в таких известных работах, как «Дипломатия» Г. Никольсона, «Руководство по дипломатической практике» Э. Сатоу и др. Многие из них базируются на тесной связи переговорных процессов с дипломатией. Так, Г. Никольсон, основываясь на определении, данном в Оксфордском словаре, дает свою трактовку дипломатии – это «ведение международных отношений посредством переговоров; метод, при помощи которого эти отношения регулируются и ведутся послами и посланниками; работа или искусство дипломата». Данное определение впоследствии стало основой для многих исследователей в области дипломатии и теории переговоров. Однако сразу следует сделать оговорку о том, что было бы неверным сводить дипломатию лишь к переговорам. В такой ситуации вне сферы дипломатии оказалась бы большая часть консульской работы, а также, например, консультации (они не предполагают принятия совместного решения, на которое нацелены переговоры) и ряд других видов деятельности. В следствие чего на сегодняшний день все чаще используют более широкие определения дипломатии, в которых превалирующую роль занимают переговоры. Довольно развернутое определение используется в книге Дж. Берриджа-английского исследователя, который раскрывает дипломатию следующим образом: «дипломатия представляет собой ведение международных дел скорее посредством переговоров, а также посредством других мирных средств (таких, как сбор информации, проявление доброй воли), прямо или

косвенно предполагающих проведение переговоров, чем путем применения силы, использования пропаганды или обращения к законодательству» [Никольсон Г., 1941, с. 1].

С наступлением информационного века на смену традиционной дипломатии пришла публичная, или, как ее еще называют, общественная дипломатия. Ссылаясь на исторические данные, впервые «публичная дипломатия» была упомянута в англоязычном источнике в январе 1856 г. Лондонское издание «Тайме» в статье, посвященной политике президента США Ф. Пирса, писало: «Американские государственные деятели должны помнить, что если им нужно произвести, как они задумали, определенное впечатление на нас, то они должны стать примером для собственного народа, и такая публичная дипломатия станет самым действенным для этого способом» [The American president with a laudable desire, 1856, p. 6]. Таким образом, важно отметить, что в данной статье раскрываются два главных аспекта публичной дипломатии, которые остаются актуальными и по сей день, а именно: ее целью является «произвести определенное впечатление» на зарубежную аудиторию, а далее в статье прямо говорится, что такое впечатление может быть произведено, в случае, если государственная политика является моральной и отвечает ожиданиям собственного народа.

Чуть позднее, в более четком виде понятие «публичная дипломатия» проявилась во время и сразу после Первой мировой войны, когда на политическую арену вышли народные массы и представляющие их политические партии. Уже первый из знаменитых 14 пунктов о целях войны и принципах послевоенного мира, с которыми американский президент В. Вильсон выступил перед Конгрессом 8 января 1918 г., гласил: «Открытые мирные договоры, открыто обсужденные, после которых не будет никаких тайных международных соглашений какого-либо рода, а дипломатия всегда будет действовать откровенно и на виду общественности» [President Woodrow Wilson's 14 Points, 1918]. Реагируя на эти призывы, канцлер Германии Г. фон Хертлинг заявил, что принимает принцип «публичности

дипломатических договоров». В своем ответе, сформулированном в речи в Конгрессе 11 февраля, В. Вильсон уже прямо употребляет термин «публичная дипломатия» [Nicholas S., 2009, p. 20].

Впервые этот термин был официально введен в оборот в 1965 году Эдмундом Галлионом, деканом Флетчерской школы права и дипломатии Университета Тафтса. Он трактовал публичную дипломатию, как средства, с помощью которых правительства, частные группы влияют на отношения или мнения на другие народы и правительства таким образом, чтобы оказать влияние на их решения в сфере внешней политики. Более того, он утверждал, что публичная дипломатия имеет дело с влиянием, которое оказывает общественное мнение на формирование и осуществление внешней политики государства [Edward R., 2004, p. 5].

В истории конгресса США этот термин определялся как «новая дипломатия», «культурная дипломатия» и «четвертое измерение внешней политики». Д. Фоссэл, председатель комитета по иностранным делам, выступая на слушаниях в американском Конгрессе в 1986 г. отметил, что «публичная дипломатия» всегда присутствовала в практике международных отношений, но лишь сейчас этому явлению дали определение [Сеидов В. Г., 2002, с.23].

Таким образом, в рамках данного исследования, под публичной дипломатией будет пониматься совокупность мероприятий, направленных на влияние на зарубежную аудиторию, а также ее общественное мнение в рамках собственных государственных интересах.

Публичная дипломатия сформировалась благодаря определенным факторам, таким как: глобализация, прогресс в сфере коммуникационных технологий и усиление влияния и вовлеченности обществ в международных делах государств.

Основное различие между традиционной дипломатией и публичной дипломатией заключается в том, что традиционная дипломатия ориентирована на взаимоотношения, осуществляемых между

представителями государств и других международных субъектов, в то время как публичная дипломатия нацелена на широкую общественность в зарубежных обществах и более конкретных неофициальных групп, организаций и индивидов.

Основной целью дипломатии является искусство разрешения международных трудности мирным путем; его основные агенты – поддержание отношений между суверенными государствами через аккредитованные представительства; и его главная функция – управление международными отношениями посредством переговоров.

Публичная дипломатия — это способ коммуникативного (коммуникационного) влияния государства на зарубежное общественное мнение с целью реализации определенных политических, дипломатических, военных и экономических задач. Государство и правительство в основном обеспечивают финансовую поддержку публичной дипломатии [Кубышкин А. И., Цветкова Н. А., 2013, с.52].

Существует и другое определение публичной дипломатии – это комплекс мер, используемых официальной дипломатией, направленных на изучение и информирование зарубежной массовой аудитории, а также влияние на общественное мнение за рубежом с учетом собственных государственных интересов [Барышников Д.Н., Костюк Р.В., Ткаченко С.Л. 2009, с.7].

По мнению директора Британского Центра внешней политики Марка Леонарда, «публичная дипломатия — это выстраивание взаимоотношений, понимание нужд других стран, культур и людей, обмен точками зрения, поиски мест, в которых пересекаются интересы» [Leonard M., 2002, p. 7].

На сегодняшний день существует множество разногласий на счет различных пониманий терминов «публичная» и «общественная» дипломатия. Довольно часто их приравнивают друг к другу и используют в качестве взаимозаменяемых. Причина кроется в том, что по сути это два разных перевода английского «public diplomacy». Их принципиальность заключается

в этимологии слов, а именно: согласно классическому определению, «публичный» означает осуществляемый в присутствии публики, открытый, в то время как «общественный» - принадлежащий обществу, относящийся к работе, деятельности по добровольному обслуживанию политических, культурных, профессиональных нужд коллектива.

Общей особенностью этих терминов является то, это системы диалога с зарубежными странами, прежде всего на уровне общественных организаций. Однако, во-первых, публичная дипломатия — это система диалога с зарубежными странами в политических целях, а общественная дипломатия — понятие более широкое и не политическое, это проявление гражданской активности в культурной, научной и гуманитарной областях, как правило, не связанной с государственным заказом или активным участием государства. Эта активность реализуется через двусторонние форматы общественного взаимодействия, касается в основном уровня общественных структур и организаций.

Примером общественной дипломатии являются, например, гастроль российского театра за рубежом в формате межкультурного сотрудничества без политических целей. А вот программы Управления по публичной дипломатии в рамках НАТО (Public Diplomacy Division) — классика программ публичной дипломатии, поскольку представляют собой конкретную работу с целевыми группами стран-партнеров.

Цветков, в своих исследованиях публичной дипломатии, отмечает, что одним из неоспоримых достоинств публичной дипломатии является предоставляемая ей более значительная свобода маневра в сопоставлении с пространством классической дипломатии. В рамках публичной дипломатии есть возможность не только продолжать обмен мнениями по тем или иным злободневным вопросам, начатый в формате классической дипломатии - с выведением обсуждения (с учетом количественного расширения и качественного изменения аудитории) на принципиально новый эвристический и аргументационный уровень, - но и инициировать

дискуссии, развертывание которых по тем или иным причинам в классическом формате представляется непродуктивным. Данная опция публичной дипломатии наделяет ее качеством дипломатии превентивной. Обладая возможностью опережающего формирования повестки дня, публичная дипломатия, помимо выигрыша инициативы, облегчает последующее освоение выдвинутых вопросов в рамках «классической» дипломатии. Конечно, существует круг вопросов, к которым прилагаются преимущественно традиционные дипломатические техники (например, проблемы разоружения или кризисного реагирования), однако сегодня преобладает тенденция поступательного продвижения публично-дипломатических технологий по всем направлениям дипломатии. Так, уже сейчас становится очевидной возможность влиять мерами публичной дипломатии на предупреждение и разблокирование кризисов, на конструктивное решение вопросов нераспространения оружия и т.д. [Цветков А.Ю. 2010, с.2].

С конца 70-х годов в Америке непрерывно проводится деятельность по связям с общественностью. В связи с прогрессом в сфере новых технологий: появлением интернета, телевидения и радио, пропаганда трансформировалась в основное средство публичной дипломатии. Очень весомую роль в политике любого государства играет общественное мнение. К обсуждению проблем международной политики привлекают общественное мнение, отдельных граждан и неправительственные институты. Таким образом, уровень информационных систем является показателем успеха политики и внешнеэкономических проектов государства на мировой арене.

Сторонники теории неолиберализма всё чаще обращаются к изучению феномена «публичная дипломатия». После того, как известный американский ученый, один из выдающихся представителей политического неолиберализма, Най Дж. в 1990 г. представил свою концепцию «мягкой силы» государства, концепция публичной дипломатии стала развиваться с качественно новой точки зрения. Необходимо отметить, что Джозеф Най не

открыл новое явление в мировой политике, он лишь дал этому явлению академическое определение, которое в краткий срок стал общепринятым.

По мнению Дж. Найа, публичная дипломатия — это «прозрачные средства», на которых страна общается с гражданами других стран и направлена на информирование и влияние на аудиторию за рубежом в целях продвижения национальных интересов и продвижения своих внешнеполитических целей [Nye J., 1990, p. 5].

В целом, в 1990-ые годы произошло смещение акцента от публичной дипломатии к «мягкой силе». Появилось также новое поколение исследователей публичной дипломатии, которые стали рассматривать публичную дипломатию в рамках теории политической коммуникации, концепций маркетинга и, конечно же, концепции «мягкой силы». Тем не менее, дискуссии о «мягкой силе» стали доминировать (Приложение 2).

Новая публичная дипломатия фокусируется на работе, прежде всего, с гражданским обществом и общественным мнением, влияние которых бесспорно усиливается в мире. А также является одним из ключевых инструментов «мягкой силы», и это было признано в дипломатической практике задолго до современных дебатов о публичной дипломатии.

Дж. Най сформулировал «мягкую силу» следующим образом: «Мягкая сила – способность получить желаемое посредством привлечения, а не принуждения или выплаты. Оно рождается из привлекательности культуры, политических идеалов и политического курса. Когда наш политический курс кажется легитимным в глазах других, наша мягкая сила совершенствуется» [Nye Joseph, 2004, p. 10].

Публичная дипломатия стала набирать обороты в США после террористических атак 11 сентября 2001 года в США. С того момента противостояние терроризму стало одной из важнейших тем, выносимых на повестку дня в кооперационной публичной дипломатии и остается ею до сих пор. Другими актуальными вопросами, формирующими основу для сотрудничества в рамках «новой публичной дипломатии», являются

информационная и кибербезопасность. Итак, можно отметить, что публичная дипломатия придает значимость особенно актуальным глобальным проблемам современного общества, которые следует разрешить. А также, важно отметить, что каждая страна сама определяет круг таких вопросов, в первую очередь, исходя из целей и задач своей внешней политики. Соединенные Штаты Америки в качестве приоритета своей «новой публичной дипломатии» выделяют продвижение демократии и прав человека [US Office of the Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs].

В первый раз о публичной дипломатии в современной России заговорили в 2000-е годы в Концепции внешней политики Российской Федерации, но термин «публичная дипломатия» появляется только в 2008 году на страницах обновленной версии Концепции РФ [Концепция внешней политики 2008г].

Трактовка понятия «публичная дипломатия», которая является ключевой в науке и практике, предполагает государственную политику по взаимодействию с обществами других стран. Не беря во внимание тот факт, что в различных формах воздействие на зарубежное общественное мнение являлось частью внешнеполитической деятельности государств на протяжении столетий, в частности в последнее десятилетие можно было наблюдать резкий рост научного и практического интереса со стороны исследователей в области публичной дипломатии в разных странах.

В РФ он был в связи с общей активацией внешнеполитической деятельности государства в начале третьего тысячелетия. В США также в 90-е гг. XX в., после окончания холодной войны, интерес к сфере внешней политики неизменно снижался, вплоть до расформирования в 1999 г. Информационного Агентства США, осуществлявшего ранее всю коммуникацию с зарубежными обществами. Однако после трагедии 11 сентября 2001 г. американский внешнеполитический истеблишмент достаточно оперативно сформулировал потребность в восстановлении

публичной дипломатии как средства предотвращения угроз национальной безопасности.

На первом этапе активизации публичной дипломатии государства главным образом пытались воссоздать инструменты, которые ранее доказали свою эффективность в годы идеологического противостояния. Но новый вид угроз, исходивших со стороны негосударственных акторов, требовал и новой реакции, в том числе в сфере информации и коммуникации. Методы и инструменты публичной дипломатии, применявшиеся в годы холодной войны, были разработаны для других целей, и это требовало концептуального переосмысления всей сферы публичной дипломатии в условиях изменившегося мирополитического контекста и стремительного распространения новых технологий. В результате в относительно небольшие сроки в США возникла целая область научного знания в сфере мировой политики и международных отношений, которая сосредоточилась на изучении публичной дипломатии.

Значительный прирост американских практических и академических усилий на этом направлении и изменение мирополитического и глобального коммуникационного контекста вызвали последовательную реакцию роста внимания к данной сфере у целого ряда других государств, и именно значимость публичной дипломатии как современного явления международной жизни обуславливает актуальность этой темы для исследователей. Задачей улучшения имиджа государства в глазах зарубежных аудиторий в политических и экономических целях озаботились не только великие державы, но и сравнительно небольшие государства, которые также начали искать возможности увеличения собственной «мягкой власти» [Долинский А.В., 2008].

В России также подхватили данную тенденцию к увеличению активности в сфере публичной дипломатии и на протяжении последних нескольких лет прослеживались непрерывные шаги к разработке системы коммуникации с зарубежной аудиторией.

Долгое время руководство Российской Федерации не придавало важности использованию такого эффективного инструмента, как «мягкая сила», при выработке внешнеполитического курса страны. Впервые термин «мягкая сила» употребляется в интервью министра иностранных дел России С. В. Лаврова, опубликованном 30 октября 2008 г. в «Российской газете». Рассуждая на тему отношений с зарубежными русскоязычными общинами, министр обозначил «мягкую силу» как «способность воздействовать на окружающий мир с помощью своей цивилизационной, гуманитарно-культурной, внешнеполитической и иной привлекательности».

Вторая, более развернутая, формулировка «мягкой силы» была предложена в 2011 г. заместителем министра иностранных дел Г. Б. Карасиным в интервью журналу «Свободная мысль». Категорию «мягкая сила» Г. Б. Карасин определил, как «способность проецировать за пределы национальных границ достижения в экономике, науке, технологическом развитии, культурно-гуманитарной сфере, повышая тем самым привлекательность своей страны».

В феврале 2012 г. В.В. Путин, еще будучи кандидатом в президенты, впервые употребил термин «мягкая сила» в своей статье «Россия и меняющийся мир» относительно всего внешнеполитического курса России. По мнению В.В. Путина, «мягкая сила» – это «комплекс инструментов и методов достижения внешнеполитических целей без применения оружия, а за счет информационных и других рычагов воздействия» [Россия и меняющийся мир. 2012].

Сфера российской публичной дипломатии в начале 2000-х гг. начала развиваться совершенно спонтанно, без какой-либо поддержки и помощи государства, а также без осознания государством геополитической значимости России на международной арене. Первые упоминания о «мягкой силе» в России появились не так давно, причем по большому счету в узких кругах политологов и экспертов. А если рассматривать введение данного термина в официальный государственный оборот, то это 2012 г., когда

впервые Владимир Путин в своей предвыборной статье «Россия и меняющийся мир» использовал это выражение. А также Владимир Владимирович отметил, что «традиционные, привычные методы международной работы освоены нашей дипломатией достаточно хорошо, если не в совершенстве, но по части использования новых технологий, например, так называемой «мягкой силы», безусловно, есть над чем подумать». С его точки зрения, политика «мягкой силы» предусматривает продвижение своих интересов и подходов путем убеждения и привлечения симпатий к своей стране, основываясь на ее достижениях не только в материальной, но и в духовной культуре, и в интеллектуальной сфере (Приложение 3).

Начиная с этого времени феномен «мягкая сила» обрел форму нового тренда, постепенно заменяя собой по популярности уходящее из политического лексикона российской элиты слово «модернизация». Однако реально чиновники в структурах, принимающих ключевые решения по вопросам «мягкой силы», не говоря уже о низших по рангу ведомствах и министерствах, слабо разбирались в том, чем термин «мягкая сила» отличается от «публичной дипломатии» или «публичная дипломатия» от «общественной». И какова в этой всей системе роль некоммерческих организаций.

Понимание мягкой власти как способности добиваться желаемого не принуждением или подкупом, а с помощью привлекательности стало ключевым теоретическим фундаментом публичной дипломатии в рамках политической науки. То есть, мягкая власть – это возможность добиваться желаемого политического результата с помощью авторитета и привлекательности, а публичная дипломатия же становится в этой схеме инструментом повышения привлекательности и усиления авторитета.

Важно отметить, что Дж. Най выделял 3 измерения публичной дипломатии. Первое измерение — ежедневное общение для решений вопросов во внутренней и внешней политике, подготовка к избеганию и

борьбе с кризисами. Второе измерение — стратегическое общение, касающееся наиболее важных политических тем страны, схоже с рекламной кампанией. Третье измерение — налаживание взаимоотношений с важными и ключевыми личностями на протяжении многих лет с помощью стипендий, обучения, программ обмена.

Коммуникация стран, культур и обществ с помощью таких мировых тенденций, как глобализация, внедрение и постоянный прогресс в области информационных технологий, влечет за собой увеличение значимости публичной дипломатии и усовершенствования ее механизмов, по этой причине можно отметить активный рост степени информационного обеспечения практически каждого внешнеполитического события.

Публичная дипломатия, очевидно, не будет развиваться вне зависимости от внешней политики страны, и она должна находиться в гармонии со среднесрочными и долгосрочными целями государства. Публичная дипломатия базируется в первую очередь на доверии и надежности, и чаще всего лучше функционирует с долгосрочными планами внешней политики.

Таким образом, первые упоминания о публичной дипломатии начались в 1856г. в лондонской публикации «Тайме». Позднее, в более ярком виде она стала проявляться во время и после Первой мировой войны. Впервые этот термин был официально введен в оборот в 1965г. Эдмундом Галлионом, деканом Флетчерской школы права и дипломатии Университета Тафтса. Публичная дипломатия прошла длинную эволюцию с момента ее возникновения в политическом дискурсе. Сегодня данный термин значителен как развитая многоканальная система двусторонней коммуникации между обществами различных стран, не смотря на то, что ранее понимался как выражение пропаганды. Важно добавить, что несмотря на то, что феномен публичной дипломатии возник не так давно, темпы ее институционального становления были таковы, что к настоящему моменту она представляет собой одну из доминирующих дипломатических практик. А также,

динамичное развитие форм и методов публичной дипломатии, привлечение к достижению ею своих целей широкого спектра институтов власти и гражданского общества позволило ряду ученых говорить о возникновении наряду с традиционной дипломатией также «новой публичной дипломатии», учитывающей особенности информационной революции и эры интернета.

1.3. Публичная дипломатия: цели, инструменты и методы

На сегодняшний день феномен «публичной дипломатии» является междисциплинарным направлением, поскольку в его изучении заинтересованы исследователи в различных сферах, к примеру, дипломаты, маркетологи, журналисты, специалисты в области изучения теории международных отношений, что, в свою очередь, приводит к разнообразию подходов и взглядов.

Несмотря на общее признание необходимости усиления роли публичной дипломатии, взгляды на цель этого усиления среди политиков и экспертов разнятся. В целом здесь можно выделить две точки зрения. Одни понимают публичную дипломатию как более активное и умелое использование современных средств PR и механизмов, наработанных НПО, для продвижения и популяризации целей государственной политики. Другие считают, что задача НПО, занимающихся публичной дипломатией, не «обслуживание государства» но осуществление непосредственных связей с гражданским обществом других стран с целью углубления взаимопонимания между народами [Лукин А.В., 2012, с. 57].

Существует несколько точек зрения на тему целей публичной дипломатии. Г. Мейлоун считает, что ее назначением является достижение положительного отношения к своей стране. Автор также выделяет две основные акции публичной дипломатии. Первое – краткосрочные акции, в которые входит формирование общественного мнения за рубежом, благоприятного для правительства. Второе – долгосрочные акции,

нацеленные на ознакомление иностранных граждан с данной страной и ее народом [Malone G.D., 1988, p. 1].

В новом нетрадиционном понимании публичная дипломатия служит инструментом заинтересованности зарубежной аудитории определенной проблемой при помощи таких новых методов, как сетевые контакты, создание и привлечение внимания к особым сайтам, АМА-рассылка, организация интернет-конференций и блогов.

Дж. Венг рассматривает публичную дипломатию с точки зрения репутации страны. Он отмечает: «Публичная дипломатия позволяет стране сформировать свою репутацию таким образом, чтобы определить свое место на международной арене. Репутация коренится в общественном мнении и показывает, имеет ли страна мандат для своих действий» [Wang J., 2006, p. 92].

Как правило, публичная дипломатия не воздействует напрямую на массы в зарубежных странах, а, влияет прежде всего на представителей зарубежной элиты, то есть: политиков, бизнесменов, журналистов, лидеров оппозиционных партий, представителей академического сообщества — профессуру и студентов), которые равным образом могут повлиять на остальных членов своего общества.

Важно отметить, что источником публичной дипломатии являются неправительственные и сетевые организации, которые могут эффективнее охватывать своим влиянием определенную часть зарубежное общество, а платформой для нее представляется сеть Интернет, куда переносятся новостные и музыкальные форматы радио и телепрограмм, продвижение имиджа той или иной страны.

К главной особенности публичной дипломатии, в контексте внешней политики, можно отнести ее нацеленность на кооперацию с негосударственными акторами. К примеру, государства активно привлекают негосударственных акторов к совместной деятельности, и сегодня становится тяжело уловить тонкую нить между политикой государства и действиями

негосударственных акторов. Участие негосударственных органов в публичной дипломатии стало обычной практикой для преобладающего количества стран, Россия сейчас также предпринимает меры в данном направлении, что подтверждает актуальность рассматриваемого феномена. [Барышников Д.Н., Ткаченко С.Л., 2009, с. 157].

Существует несколько методов по распространению публичной дипломатии, к ним относятся:

- 1) совершенствование в сфере туризма;
- 2) экспорт продукции и услуг, презентуемых в роли авторитетных послов;
- 3) пропаганда политических решений правительства страны — в сфере внешней политики, непосредственно влияющей на аудиторию, а также внутренней политики, которая отражается в международных СМИ;
- 4) привлечения инвестиций и иностранных предпринимателей, исследователей и студентов;
- 5) культурный обмен, культурный экспорт и спорт;
- 6) привлекательность политических деятелей, знаменитостей и спортивных звезд [Цветков А.Ю. 2010, с.2].

К объектам публичной дипломатии относят культуру, ценности, а также внутреннюю и внешнюю политику страны. При создании благоприятных условий для продвижения их за границу, необходимо, чтобы объекты были привлекательны и приемлемы для зарубежного общества. Иначе, попытки показать себя и открыться для мировой общественности могут не увенчаться успехом.

Акторами публичной дипломатии являются государства, дипломаты, также как и отдельные лица, группы, институты, принимающие участие в межкультурном, межкуммуникационном обмене, который оказывает влияние на международные отношения в рамках отношений двух или более государств. В настоящее время всё большую активность в обсуждениях

проблем международных отношений принимают отдельные граждане, а также неправительственные организации и транснациональные корпорации.

Динамично развивающимся актором в публичной дипломатии, с которым сотрудничают государства, являются неправительственные организации. НПО, как и СМИ, были в публичной дипломатии задолго до появления этого термина, однако изначально это были главным образом неправительственные организации, создаваемые и финансируемые государством. Поначалу они работали в сфере популяризации языка и культуры, однако затем эта модель распространилась в такие политические области, как демократизация, содействие развитию, охрана окружающей среды и многие другие. По мере роста влияния НПО в мировой политике менялись и механизмы их взаимодействия с государствами в публичной дипломатии. Таким образом, первоначально неправительственные организации были только своего рода агентами влияния государства, а сегодня довольно таки часто они выступают представителями интересов национальной или международной общественности, формируют широкие многоакторные коалиции, и уже государства присоединяются к начатым НПО кампаниям, а не наоборот. Таким образом, в современном многостороннем равном диалоге новой публичной дипломатии неправительственные организации играют одну из ключевых ролей, и есть все основания считать, что в дальнейшем их значение будет только увеличиваться.

Существует такая тенденция, что сейчас, в эпоху Интернета любой актор может участвовать в глобальной коммуникации, и это также оказывает влияние на публичную дипломатию. С учетом произошедших изменений, в последние годы исследователи говорят о «новой публичной дипломатии», которая направлена на вовлечение многочисленных негосударственных акторов и построена на принципе взаимности. Изучение механизмов сотрудничества с ними становится, таким образом, одним из ключевых аспектов изучения современного этапа развития публичной дипломатии.

К числу приоритетов дипломатии относят информационное сопровождение внешнеполитической деятельности, которое является одним из важных и необходимых элементов государственной информационной политики. Такое сопровождение, в большинстве случаев, включает в себя непрерывное взаимодействие органов внешних сношений государства со средствами массовой информации, использование современных информационно-коммуникационных технологий для защиты информационных систем, формирование у населения объективной и позитивной оценки деятельности государства на международной арене, противодействие ложным и провокационным данным о деятельности государства, размещенным в сети Интернет (включая социальные сети) и многое другое.

Новая публичная дипломатия ведет диалог, с гражданским обществом с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий. Необходимость налаживания этих отношений доказывает сама политическая жизнь, поскольку на сегодняшний день граждане стали активнее принимать в ней участие при помощи социальных сетей (Facebook) и других передовых коммуникационных технологий, например, микроблог Twitter. И для того, чтобы не остаться «за бортом» этих процессов, дипломатам необходимо своевременно осваивать самые передовые технологии в области Интернета и коммуникаций, постоянно используя их в своей работе. Находясь в одном информационном поле с разными целевыми аудиториями и общаясь с ними на доступном для них «языке», можно добиться конструктивного диалога, улучшить имиджевую позицию страны и будет способствовать принятию экономических, политических, образовательных, культурных и иных решений в его интересах [Нейматова А.Я. 2012. С. 226].

Стоит отметить, что в условиях современного информационного общества и большого потока информации, дипломатическим работникам следует быть вовлеченными в коммуникационную интернет-среду, для

распространения информации, и в том числе, чтобы быть в курсе самых последних настроений в обществе, руководя «распространением за рубежом информации о внешней и внутренней политике РФ, социально-экономической, культурной и духовной жизни страны» (Приложение 4).

Довольно часто публичную дипломатию отождествляют с такими понятиями, как пропаганда и брендинг государств. Более того, обзор иностранной литературы в области современного брендинга территории показывает, что он рассматривается вместе с публичной дипломатией как инструменты международной политики государств.

В качестве базового определения бренда территории мы используем определение Т.В. Мещерякова и др., рассматривающих его как сложную психосоциальную конструкцию, включающую логотип (физическое и символическое выражение бренда), а также его нематериальные атрибуты; имидж территории, ее ценности, ассоциации потребителей, связанные с ней, их эмоции, общее видение направлений использования территориального потенциала, культуру и историческое наследие территории, глобальную ответственность территориальных властей, имидж власти и т.п. [Мещеряков Т.В., Окольнішнікова І.Ю., Нікіфорова Г.Ю. №1. 2011, с.30].

Согласно Н.А. Цветковой, публичная дипломатия — это действия, направленные на строительство долгосрочных отношений, защиту целей национальной внешней политики и лучшего понимания ценностей и институтов собственного государства за рубежом. Публичная дипломатия продвигает национальные интересы и обеспечивает национальную безопасность путем изучения настроений иностранного общественного мнения, информирования его и воздействия на тех, кто это мнение формирует. Публичная дипломатия в основном нацелена на массовую аудиторию и исходит из того предположения, что общественное мнение может оказать значительное влияние на свои правительства и на политические системы. Любой вид публичной дипломатии направлен на определенную аудиторию, использует соответствующий этой аудитории

язык и образы. Именно это позволяет ей достичь намеченных политических целей [Цветкова Н.А. 2011. с.11].

Идея публичной дипломатии и ее основная идея состоит в том, что в целях достижения широкого спектра целей, — от экономических до военных — правительство должно получить поддержку у обычных людей (как своих граждан, так и иностранцев). Если целью является убедить иностранную общественность в том, что экономический подъем Китая не несет угрозы для международной системы, или убедить так называемую «арабскую улицу» показать свои антизападные убеждения, то используют как классические инструменты, в частности теле- и радиопередачи, и студенческие обмены, так и возможности, которые предоставляются новыми социальными медиа-блогами и интернет-коммуникациями (Twitter, Facebook, и т.д.) [Robert M. Entman, and Philip Seib, 2012, p.23].

Брендинг и публичная дипломатия тесно взаимосвязаны, поскольку публичная дипломатия может стать сильнейшим инструментом брендинга территории. Мнения людей о том или ином месте, которыми они делятся в интернете, серьезным образом влияет на формирующийся имидж места.

Как считает П. Родькин, имидж государства, выраженный в визуальном фирменном стиле, является одним из важнейших элементов как внутренней стабильности, так и внешней «ликвидности» государства в процессе межгосударственных отношений и сфере транснациональных структур. Визуальный государственный стиль, по мнению П. Родькина, не является ординарной составляющей идентичности, но выступает одним из главных факторов суверенитета страны в условиях глобальных коммуникаций [Родькин П. Е., 2007. с.22].

Таким образом, маркетинг и брендинг территорий становятся такими же необходимыми составляющими государственной и территориальной политики, как и стратегии бизнеса любого коммерческого предприятия (корпорации). Маркетинг и брендинг территории сегодня являются важнейшими составляющими социально-экономической, политической и

международной политики органов государственного и территориального управления. Формирование специальных органов по управлению национальным имиджем и брендингом, рост бюджетов на продвижение территории на рынок глобальных продуктов предопределяют необходимость и важность разработки методов для экономической оценки бренда и эффективности затрат на его формирование.

С первой точки зрения кажется, что публичная дипломатия — это та же самая пропаганда, используемая различными правительствами в отношении местных и иностранных жителей. Но современная публичная дипломатия выходит за рамки централизованного управления, она вовлекает общественность в открытые дискуссии по разным вопросам, которые имеют существенное значение для государства. В отличие от классической дипломатии, решающей вопросы закрыто на двустороннем (или многостороннем) уровне, публичная дипломатия использует неправительственные и общественные организации, а также знаменитостей и обычных людей в социальных сетях для актуализации определенных тем, для формирования повестки дня для социума [Никифорова Г.Ю., Мазуренко А.В., 2013, с. 188].

Проведенный в рамках методологии Э. Гидденса анализ особенностей функционирования субъектов института публичной дипломатии, дал возможность увидеть влияние формальных и неформальных правил на процессы структуризации субъектного механизма дипломатической деятельности, выделив при этом три базовые линии взаимодействия:

Первая линия: государство - государство - направленная деятельность одного государства на другое государство. На этой линии в основном осуществляются интеракции классической дипломатии со всеми ее сложностями и характерными особенностями.

Вторая линия: государство - зарубежные сообщества и индивиды - направленность государства на общественность другого государства. Именно здесь находится область применения публичной дипломатии,

функционирующей, как правило, посредством различного рода новостных агентств, финансируемых по бюджетным каналам. Это могут быть печатные СМИ, телевидение, радио, Интернет и т. д. Их цель сформировать благоприятный имидж государственной политики и основополагающих ценностей данного государства в глазах зарубежной публики. Безусловно, важную роль здесь играют брифинги официального представителя МИД и иных профильных государственных структур, а также любые конференции и дискуссионные форумы, участниками которых являются официальные уполномоченные лица. В последнее время большое внимание публичной дипломатии уделяется со стороны Департамента информации и печати МИД России, что отражается в активном и эффективном использовании социальных сетевых площадок, наиболее популярной из которых является «Твиттер» - число подписчиков официального твиттер-аккаунта министерства превышает 1,2 млн. человек.

Третья линия: неправительственные организации - зарубежные сообщества - общественные организации как элементы гражданского общества одной страны контактируют с общественными организациями как элементами гражданского общества другой страны. Именно данная линия обуславливает появление общественной дипломатии, то есть «принадлежащей» обществу. Стоит отметить, что роль государства здесь не принижается, а, наоборот, приобретает особую значимость ввиду необходимости координировать действия негосударственных акторов в соответствии с принятой концепцией внешнеполитической деятельности. На данном уровне осуществляется наиболее интенсивный обмен культурными достижениями, происходит знакомство с реальными практиками повседневной жизни [Бобров А.Н., 2016, с. 34].

Изучив линии взаимодействия, можно прийти к выводу, что общественная дипломатия и публичная дипломатия, несмотря на их синонимичность, являются схожими понятиями по принципу целеполагания, тем не менее различны по принципу осуществления и подбора акторов на

дипломатические практики. Их основное отличие – это субъект дипломатической деятельности, то есть: в публичной дипломатии – государство и государственные структуры, в общественной дипломатии – гражданское общество и его различные элементы, в частности далеко не однородные НПО.

Если говорить о структуре управления публичной дипломатией, то в России на данный момент нет государственного органа, который бы систематически управлял публичной дипломатией: есть Министерство иностранных дел, Министерство регионального развития, Общественная палата, Россотрудничество, «РИА Новости», «RussiaToday» (RT) и т. д., но нет механизма их координации. Таким образом, управление публичной дипломатией в России происходит на уровне высшего руководства страны, и непосредственные распоряжения отдаются руководством пресс-службы первых лиц государства. Но данная структура имеет свои минусы: во-первых, в силу количества обязанностей занимающим эти должности сложно руководить публичной дипломатией систематически, на постоянной основе. Во-вторых, вся организация носит строго вертикальный характер, что затрудняет проявление инициативы снизу и усложняет горизонтальную кооперацию. Такая структура не отвечает требованиям координации системы публичной дипломатии на постоянной основе. Хотя некоторые элементы этой системы и имеют значительный опыт сотрудничества между собой.

На сегодняшний день Россотрудничество является уникальным каналом использования «мягкой силы» России, повышения ее способности влиять на партнеров через общественное мнение, формировать культурно-образовательную, гуманитарную, внешнеполитическую привлекательность нашей страны.

Публичная дипломатия располагает инструментами, ориентированными как на долгосрочный, так и на краткосрочный горизонт целеполагания. К краткосрочным инструментам в значительной степени относятся СМИ. Также Е.П. Панова отмечает, что «по продолжительности

воздействия этот инструмент явно уступает культурно-образовательным программам и научно-политическому дискурсу, однако успешен для достижения быстрых результатов» [Панова Е.П. 2010. С. 91]. Образовательные же программы, напротив, направлены на реализацию долгосрочных задач наращивания «мягкой силы» [Панова Е.П. 2011. С. 157].

Рассматривая инструменты публичной дипломатии современной эпохи, нельзя недооценивать роль СМИ. Интересы публичной дипломатии РФ на международной арене сегодня представляют такие глобальные СМИ, как телеканалы «Россия-РТР», «РТ» (Россия сегодня), проект «Российская газета» и др. В частности, МИА «Россия сегодня» своей деятельностью вносит большой вклад в представление российской точки зрения на мировые события. Правильное представление своей точки зрения миру особо важно для государств в условиях международной турбулентности, когда глобальные СМИ в силе одной статьей или передачей испортить имидж той или иной страны для достижения собственных целей. В таких условиях, телеканал «Россия сегодня» (RT) может играть важнейшую роль в улучшении мнения о России за границей. Сегодня телеканал «Россия сегодня» (RT) занимает ведущие позиции в мире [RT на третьем месте после BBC News и SkyNews Телеканал].

Многие исследователи обращают особое внимание на то, что деятельность публичной дипломатии, по существу, направлена на создание общественного мнения в стране, что позволяет в свою очередь политическим лидерам той или иной страны принимать решения, которые ориентированы на поддержание главных задач внешней политики.

Сегодня, искусное осуществление публичной дипломатии, грамотное использование так называемого гуманитарного ресурса во всех его проявлениях способны дать государству гораздо больше того, что на что оно, казалось бы, могло рассчитывать по объективным показателям своей мощи. Это положение применимо в том числе и к обеспечению военно-

политической безопасности, и к поддержанию климата, благоприятного для экономического сотрудничества [Цветков А.Ю. 2010, с.2].

Квалифицированное обращение к средствам публичной дипломатии или, напротив, пренебрежение ими в состоянии, соответственно, подкрепить или ослабить имеющиеся тенденции к интеграционному сближению; сгладить или обострить намечающуюся конфронтацию; улучшить или ухудшить исход ведущихся переговоров; смягчить издержки финансовой и экономической зависимости или сделать их бремя еще тяжелее [Cowan G., Arsenault A. 2008. P. 10].

Информационно-коммуникационные процессы, которые возникают между государством, гражданским обществом и личностью, способствуют формированию в сознании народа позитивного образа государственной власти, ее институтов и лидеров, что в целом способствует не только развитию массового политического сознания населения, но и повышению потенциала управляющих функций государства.

Новая публичная дипломатия (или же по другому ее называют «цифровая») — это способ коммуникативного влияния на международную ситуацию и зарубежную аудиторию посредством новых технологий (блоги, специальные сайты: Facebook, Twitter, YouTube, рассылка), которые продвигаются в зарубежных странах. В современной мировой политике цифровая дипломатия приобретает все большее значение в связи с ростом количества пользователей Всемирной сети, преобразованием интернет-пространства в площадку для активных политических интеракций.

Таким образом, новая публичная дипломатия имеет место, тогда когда государство вступает в контакт с зарубежным обществом посредством негосударственных акторов, делая акцент на взаимодействие с помощью информационных технологий.

Отличительные особенности традиционной публичной дипломатии и новой публичной дипломатии представлены в таблице 1. [Цветкова Н. А., 2013, с.56].

Таблица 1

**Отличия традиционной публичной дипломатии от новой
публичной дипломатии**

Показатель	Традиционная публичная дипломатия	Новая публичная дипломатия
Цель публичной дипломатии	Продвижение внешнеполитических интересов США	Продвижение внешнеполитических интересов США

Продолжение таблицы 1

Формы реализации публичной дипломатии	Пропаганда, образовательные и научные обмены, программы в областях культуры и науки	Спутниковое и интернет-телевидение, новости в реальном времени, блоги и форумы, мобильные телефоны, электронные носители информации
Целевая зарубежная аудитория	Элита и лидеры в своих областях	Молодежь и члены неправительственных организаций
Методы продвижения основной темы среди целевой аудитории	Продвижение основной темы только среди целевой аудитории	Построение партнерских и дружественных отношений с расширенной (массовой) аудиторией
Основные механизмы реализации	По вертикали: от правительства и неправительственных организаций США к зарубежной аудитории	По горизонтали: от неправительственных организаций и правительства США к зарубежным неправительственным организациям и пользователям сетевых ресурсов
Теоретическая база	Теория пропаганды и политической рекламы	Теория брендинга (ребрендинга) и «мягкой/умной силы»
Основные термины	Имидж США и борьба за демократию в конкретных странах	Национальный бренд США и глобальный демократический порядок

Таким образом, введение в оборот термина «новая публичная дипломатия» отражает кардинальные изменения в характере и формах подачи внешнеполитической информации со времен «холодной войны».

Одно из важнейших свойств цифровой дипломатии – это способность на прямую влиять на события и людей в зарубежных странах, минуя медийные фильтры, а часто даже находясь за границами действия суверенного и международного права. Это позволяет устанавливать собственные правила игры, серьезно менять информационную картину и задавать повестку дня. [Павленко В.В. 2012, с.8].

Новая публичная дипломатия, отвечающая всем тенденциям современности, представляется одним из наиболее эффективных решений для формирования общественного мнения, тем самым установления благоприятного международного имиджа страны.

Необходимо выделить основные особенности новой публичной дипломатии:

- 1- осуществляется государствами и негосударственными субъектами;
- 2- основана на концепции «мягкой силы», стратегической публичной дипломатии, управлении информацией, «брендинге» государств и представленности в Интернете;
- 3- подразумевает, что любое внутривластное действие необходимо планировать и осуществлять с учетом потенциальной реакции внешней аудитории, и наоборот;
- 4- ориентирована на диалог с зарубежной аудиторией, а не только на распространение информации;
- 5- публичная дипломатия является не просто продолжением пропаганды, но все больше заимствует технологии работы из маркетинга, PR и сетевой коммуникации.

Таким образом, публичная дипломатия в современном мире направлена на формирование положительной репутации государства. Целью публичной дипломатии является не только трансляция положительной информации о нации, но и участие в выработке внешнеполитических решений с учетом влияния на репутацию страны, которое они окажут. К методам публичной дипломатии следует отнести: предоставление грантов

для образовательных и культурных обменов, обеспечение участия международных ярмарках и выставках за рубежом, предоставление возможности для обменов книгами, печатными изданиями и правительственными публикациями, содействие основанию, расширению, поддержке и работе школ и других образовательных институтов за рубежом, а также поощрение исследований в других странах, продвижение изучения иностранных языков, обеспечение соблюдения и гарантия свободы вероисповедования за рубежом при помощи обмена и визитов религиозных лидеров, ученых и специалистов. Инструментами публичной дипломатии являются образовательные программы, культурные обмены, средства массовой информации, социальные сети, блоги и т.п. В современных реалиях Twitter является одним из многих таких инструментов, с помощью которого государство может увеличить свое присутствие и влияние в Интернете, а также предоставлять объективную информацию зарубежной и отечественной аудитории.

В условиях распространения грамотности, появления массовых периодических изданий и формирования выборного парламента главы государств, министры и дипломаты осознавали необходимость публично оправдывать свои действия в общественном мнении. Сегодня открытость является вынужденной необходимостью для государства, работающего в информационном пространстве на одном уровне с другими источниками информации. Цифровая дипломатия призвана оперативно предоставлять адекватную информацию, опровергать неверную информацию и подтверждать информацию из официальных источников.

Глава 2. Практика использования публичной дипломатии как инструмента внешней политики США и Российской Федерации

2.1. Публичная дипломатия США и ее особенности

Становление и развитие публичной дипломатии США, согласно исследователям публичной дипломатии, начинается с участия США в Первой мировой войне. Именно в ходе войны США начали предпринимать первые шаги по продвижению внешнеполитических концепций США на Европейском континенте и мире в целом.

Многие исследователи выделяют несколько основных этапов по становлению и развитию публичной дипломатии в США:

1. Первый этап (1914–1991 гг.) — эпоха зарождения, становления и развития публичной дипломатии как внешнеполитического инструмента, направленного на борьбу с конкурирующими идеологиями, культурами и ценностями;
2. Второй этап (1992–2008 гг.) — эпоха превращения публичной дипломатии в инструмент для изменения политической системы и осуществления «цветных революций» в зарубежных странах;
3. Третий этап (2009–наст. вр.) — эпоха зарождения «цифровой дипломатии» и ее использования в политических целях.

Довольно известный факт, что механизмы мягкой силы признаются довольно эффективными в ведении внешней политики. По сей день лидирующие позиции в области применения мягкой силы занимает США. Америка держит свою высокую позицию за счет того, что удалось скомбинировать методы культурной, публичной дипломатии и жестких методов экономического или военного влияния.

Заслуживающий внимания факт, что в официальных документах Белого дома достаточно изредка используется понятие «мягкая сила». Тем не

менее ее принципы отражены в Стратегии национальной безопасности США 2010г., которая, в том числе, указывает на поддержку как правительственных, так и неправительственных институтов и гражданского общества других стран, а также распространение ценностей, присущих американскому обществу и имеющих универсальный характер [Стратегия национальной безопасности США 2010].

Изучая задачи, относящиеся к американской публичной дипломатии, специалисты различных областей (международных отношений и внешней политики) фокусируются прежде всего на политических целях и задачах публичной дипломатии США. Основным объектом исследования является американское правительство, которое предпринимает программы данного внешнеполитического инструмента взаимодействия между государством и зарубежной аудиторией. Публичная дипломатия является в роли средства вовлечения представителей зарубежного общества к американской политической культуре. Таким образом, американские теоретики современных международных отношений выдвинули концепции «мягкой» и «умной» силы.

Данная концепция была выдвинута Джозефом Наем, профессором Гарвардского института, и до сих пор остается достаточно актуальной гипотезой для представления роли и места публичной дипломатии в инструментарии внешней политики США. С его точки зрения, «мягкая сила» подразумевает, что государство оперирует такими инструментами, которые способны побудить зарубежные элиту, правительство и общество в целом уважать, поддерживать и прививать американские культурные ценности, политическую культуру и др [Nye Joseph, 2004, p.15].

«Мягкая сила» довольно широкое понятие, которое включает в себя совокупность различных компонентов. Например, в рамках подхода Дж. Макклори выделяется совокупность 13 компонентов, на основе которых рассчитывается индекс «мягкой силы» государств. Эти компоненты разделяются на 3 группы:

1. Уровень глобальной честности государства, к которой относятся такие компоненты, как индекс верховенства права, свобод, электорального участия, а также уровень выбросов углекислого газа в атмосферу.

2. Глобальная интеграция, в которую входят следующие компоненты: иммиграция, туризм, уровень владения английским языком, рейтинг университетов.

3. Имидж государства на глобальном пространстве. К этой группе относятся такие компоненты, как медиа продукция, уровень распространения государственного языка, проведение или участие в Олимпийских играх, рейтинг влиятельных компаний, а также рейтинг журнала «Time» [Rapid-growth Markets Soft Power Index, 2012, p. 6].

Концепция «умной силы» рассматривается как теоретическая основа публичной дипломатии США, вошедшая в практику в конце первого десятилетия нынешнего века. Авторами данной идеи стали – профессор Дж. Най и бывший заместитель госсекретаря в администрации Дж. Буша-младшего Ричард Армитадж. Она включает совмещает в себе сразу две концепции: «мягкой силы» и «жесткой силы». Жесткая сила подразумевает принуждение при помощи военной, политической и экономической мощи, а «мягкая сила», представляет собой влияние без какого-либо рода давления. Данная концепция не может дать стопроцентную гарантию неприменения военного или экономического давления, но уделяет большое внимание созданию и укреплению партнерских и союзнических отношений между США и другими странами или некоторой частью зарубежной общественности, таким образом, публичная дипломатия должна наращивать уже существующие дружеские союзы, а не продвигать американский имидж в тех странах, где это невозможно.

Концепция «умной силы» в публичной дипломатии раскрывает в себе смысл поддержания бренда США в роли лидера и имиджа США как страны, действия которой направлены только на обеспечение глобального блага. Примечательно, что данная концепция не меняет totalmente стратегию

публичной дипломатии или внешнюю политику США в целом. Но тем не менее, она предусматривает новые способы реализации публичной дипломатии, среди которых сетевые контакты, форумы и интернет-телевидение играют важную роль. [Nye J, 2007, p.25].

Таким образом, важно отметить, что для продуктивной работы института американской публичной дипломатии универсальное значение имеет использование двух концептуальных основ — «мягкая сила» и «умная сила».

При изучении публичной дипломатии США, следует определить основные внешнеполитические задачи, стоящие перед ней:

- 1) повышение имиджа страны в кругу наиболее активной и влиятельной части зарубежного общества;
- 2) воздействие на элиту зарубежной аудитории, прежде всего на ее ту часть, которая выносит решения;
- 3) формирование благоприятного экономического и инвестиционного климата для США в зарубежных странах.

Публичная дипломатия не ограничивается лишь продвижением имиджа, обучением определенных профессиональных групп представителей зарубежного государства или осуществлением радио- и телевидения. Сейчас ведется активное использование и внедрение анализа общественного мнения или проверка качества распространяемой информации о самих Штатах, более того, проводятся краткосрочные политические кампании, которые направлены на продвижение конкретных политических идей, действий и т.д.

К одним из направлений официальной публичной дипломатии США можно отнести противодействие ущербу американского имиджа в сети Интернет, борьба с экстремизмом, мониторинг социальных сетей. Подобную деятельность США стали осуществлять еще с 2006 г., постоянно расширяя и совершенствуя структуры и используемые методы.

Рассматривая информационную политику США на пространстве сети Интернет, стоит отметить, что целый ряд офисов цифровой дипломатии

занимается исключительно социальными сетями и сетевыми сообществами. Например, центр электронных коммуникаций отвечает за поддержку нескольких платформ социальных сетей Государственного департамента, с целью ведения дискуссий на формальном уровне, например блог «DipNote», твиттер-канал «@StateDept» [Официальный аккаунт Госдепа в Твиттере//<https://twitter.com/statedept>] (Приложение 8), а также официальная страница Госдепа в «Фейсбуке» [Официальный аккаунт Госдепа на Фейсбуке// <https://www.facebook.com/usdos>]. Работники данного сектора осуществляют поддержку твиттер-каналов на многих языках мира.

Также в структуре публичной дипломатии США существует отдел политики, планирования и ресурсов, который занимается контролем за реализацией задач ПД, осуществляемой через соцсети, с целью предотвращения утечки информации. Подобные отделы созданы и в ЦРУ, Пентагоне, а также Агентстве международного сотрудничества. В частности, в ЦРУ был создан отдел «Open Source Center», осуществляющий каждодневный анализ и отслеживание зарубежных интернет-изданий газет и журналов и незамедлительно отвечает на негативную информацию о США. Свои «ответы» отдел распространяет через соцсети и блогеров.

На сегодняшний день стоит признать, что подавляющее большинство Интернет-сервисов, таких как: Google, YouTube, Wikipedia, Facebook, Twitter, принадлежат американцам.

На данном историческом этапе, действует ряд программ, фигурирующих в процессе применения публичной дипломатии. Существующие программы можно скомплектовать на несколько групп:

- 1) аналитические, подразумевающие проведение опросов общественного мнения в зарубежных странах и такое новое направление, как сбор информации о мнении зарубежной аудитории о США. Опросы общественного мнения активно проводились во время холодной войны, в результате, выделялись категории граждан, отрицательно отзывавшиеся о США, вследствие чего, на этих граждан направлялся поток информационной

пропаганды Соединенных Штатов. Новейшим направлением в аналитической деятельности является сбор информации из социальных сетей и блогов в рамках развития цифровой дипломатии, которая сделала возможной вовлечение зарубежной аудитории в дискуссии по спорным вопросам.

2) информационные (традиционные и цифровые) — информирование зарубежной общественности с помощью СМИ, сети Интернет, мобильных телефонов и т.д., в том числе осуществление информационной поддержки внешнеполитического действия США. Специальные программы дипломатического сигнализирования, проводимые с участием СМИ, являются неотъемлемой составляющей информационных программ, к которым относятся программы пропаганды, применяемые во время военных действий. Сеть Интернет — один из самых действенных инструментов для влияния на наиболее деятельную часть гражданского общества в зарубежных странах. Американское Правительство широко применяет виртуальное пространство, и программы публичной дипломатии, осуществляемые посредством Интернета, которые получили название «цифровые программы публичной дипломатии».

3) образовательные: а) обмены среди студенческого сообщества; б) целевое обучение таких профессиональных групп, как политики, лидеры партий и НКО, бизнесмены, лидеры молодежи и студенты; в) программы военного обучения. Действия в этой сфере направлены на реформирование и изменение образовательной системы других зарубежных стран путем академических обменов, целевого обучения специалистов, политики лидеров партии.

4) программы в области культуры, предполагающие выставки, обмены и конгрессы творческой интеллигенции, издательская деятельность и общение диаспор. Новейшими формами воплощения публичной дипломатии стали программы по сбору информации о том, что говорят в той или иной стране о США, а также использование электронных технологий в

информационных программах. К традиционным программам относят образовательные и культурные обмены, а также осуществление пропаганды [Кубышкин А. И, Цветкова Н. А., 2013, с.52]. Бюджет данных программ, которые финансируются через Государственный департамент, за 2010 г. составил более 570 млн. долларов.

В Америке успешно осуществляется законодательная база функционирования федеральных правительственных образовательных программ и благотворительных фондов, а также вполне результативный механизм организации неправительственных структур.

К главным законодательным актам в этой сфере относятся документы, которые принимаются и издаются Конгрессом. Прежде всего, это Закон «Об ассигнования и расходах на зарубежную финансовую помощь» («Foreign Operation, Export Financing, and Related Programs Appropriations Act»). Это документы, которые Конгресс издает каждый год. Они регулируют размер инвестиций в проекты за рубежом разной направленности. Обзор вышеуказанных документов дает возможность выявить трансформирующиеся приоритеты внешней политики США. Итак, можно утверждать, что размеры инвестиционных средств напрямую зависят от степени политической значимости страны во внешней политике США. Помимо этого, повышение субсидирования одной из сфер общественной жизни государства дает возможность делать выводы о высокой степени заинтересованности в исходе того или иного процесса.

Неподдельный интерес вызывает вопрос финансирования неправительственных организаций, в обязанности которых входит продвижение американских ценностей и защита национальных интересов государства. Главным органом, занимающимся формированием статей расходов и отвечающим за деятельность финансируемых неправительственных организаций, является Агентство Соединенных Штатов по международному развитию. Важно отметить, что финансовая поддержка США происходит с использованием двух главных каналов –

косвенное, через различные неправительственные структуры, фонды и организации, а также через Информационное агентство.

Итак, главной чертой законодательной базы США является, с одной стороны, ее гибкость, которая заключается в том, что законодательные акты принимаются ежегодно, а значит, есть возможность оперативно реагировать на происходящие в мире изменения. С другой стороны, США законодательно включили в механизмы своей государственной публичной дипломатии неправительственные структуры, создав жесткие условия по их учреждению.

Возвращаясь к финансовой составляющей, важно отметить, что американские власти в 2016 году выделили более 9,7 млн.\$ на реализацию различных проектов в России. Речь идет о поддержке вещания в нашей стране американских СМИ и о внедрении в РФ новых политических, образовательных и культурных программ (Приложение 13).

Традиционно публичная дипломатия воспринималась как презентация иностранной политики, ценностей и идеалов государства, направленная на иностранную аудиторию. Американский социолог Мохан Дутта-Бергман (Mohan Dutte-Bergman) написал: «Самое важное в традиционной публичной дипломатии — это цель: государство—распространитель информации влияет на государство-получателя информации, но при этом сам распространитель должен быть закрыт к ответному воздействию» [Dutta-Bergman, 2003, p. 14].

На сегодняшний день американское правительство активно использует в своей внешнеполитической политике такие определения публичной дипломатии, как «новая публичная дипломатия», «публичная дипломатия 2.0» или «цифровая дипломатия». Последний термин более часто применяется во внешнеполитическом дискурсе США.

В современном мире цифровые технологии в руках международных акторов служат в качестве продвижения имиджа одной страны или дискредитирования другой, а также для воздействия на общественно-политические настроения в целом.

Цифровую дипломатию как заметное явление относят к достижениям внешней политики первого срока президента США Барака Обамы. Тогда стало очевидно, что соцсети позволяют напрямую общаться с неограниченным числом людей, вне зависимости от их страны проживания. Все это укладывается в концепцию «мягкой силы» (soft power), и даже более того, находит развитие в идее «умной силы» (smart power), поддержанной госсекретарем Хиллари Клинтон. Эти направления с 2009 года стали важной частью программы внешней политики США «Государственное управление в XXI веке».

Цифровая дипломатия дает возможность государственным и негосударственным акторам в сжатые сроки озвучить свою позицию на многочисленную зарубежную аудиторию с незначительными затратами, за короткое время извлекать обратную связь от общественности и гибко реагировать, изменяя содержание своей дипломатической деятельности. Основными формами осуществления цифровой дипломатии является твитпломатия, то есть ведение блогов и страничек в социальных сетях. Хорошо известный факт, что на сегодняшний день Соединенные Штаты имеют достойные ресурсы для реализации подобной деятельности, а именно: 700 правительственными аккаунтами на разных языках мира, число читателей которых составило 89,6 млн человек на 2014 г. Большинство данных ресурсов расположено в Facebook, Twitter и You Tube, охватывающие многомиллионную аудиторию по всему миру. Также необходимо отметить функционирование в США Команды по внешним цифровым контактам (Digital Outreach Team), деятельность которой направлена на противодействие терроризму и продвижение американских ценностей по всему миру. Основные языки деятельности DOT — арабский, фарси и урду.

Социальные сети все чаще становятся объектом распространения политической информации. Их главная особенность в том, что диалог

является ключевой формой контакта с аудиторией и при этом предусмотрена возможность почти моментальной обратной связи.

Цифровая дипломатия приносит пользу при работе с аудиторией зарубежных стран, проецируя официальную позицию государства в привычной для населения форме без лишнего церемониала. Она открывает обществу возможность в простой и понятной форме узнать все важные мировые события и принять участие в формировании направления деятельности традиционной дипломатии. К элементам дипломатии Веб 2.0. относятся разнообразные ресурсы: twitter (перерос в составную часть цифровой дипломатии в виде твипломатии (Twiplomacy) [Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы. 2012], ведение блогов и страничек в социальных сетях. Портал «Цифровая дипломатия» Британского внешнеполитического ведомства раскрывает миссию, цели и задачи их электронной дипломатии. На портале проводятся консультации сотрудников, работающих с Интернет-аудиторией: излагаются инструкции по использованию Twitter, Facebook и т.д.; даны советы по работе с веб-сайтами и размещению фото-, аудио- и видеоматериалов. Активная деятельность в медиасфере позволяет сотрудникам находить специалистов с уникальным опытом, получать необходимые данные за короткий срок, делиться новостями с коллегами и укреплять позиции своего государства через неформальное общение.

Об эффективности работы в соцсетях говорят цифры и факты: Хиллари Клинтон приняла от предшественника одну официальную страничку Госдепа в сети, а в феврале 2013 г. передавала Джону Керри серьезное «интернет-хозяйство». Суммарная аудитория всех аккаунтов и блогов к тому моменту составляла около 20 миллионов человек, которые посещали более 300 страниц в Фейсбуке, а также виртуальные представительства в YouTube, Tumblr и Flickr на 11 языках. Эту систему координируют примерно 150 сотрудников Госдепартамента и 900 специалистов за пределами США. Не удивительно, что в различных рейтингах США лидируют с большим

отрывом в вопросах цифровой дипломатии [Черненко Е., Происхождение твитов. 2013] (Приложение 15).

В связи с возрастающей популярностью социальных сетей, которые сегодня используются для коммуникации власти с населением, объективно встаёт вопрос о необходимости введения некоторых ограничений и установления ответственности за распространяемый контент. США и Великобритания имеют развитое законодательство в этой сфере, которое чётко регламентирует присутствие госслужащих в медиaprостранстве.

По данным за 2011 г. около 2/3 американских госслужащих имели аккаунты в соцсетях, при этом 90% из них предпочтение отдавали Facebook. Свои блоги имеют лишь 20% чиновников.

В 2012 г. в США на 700 федеральных департаментов приходилось три тысячи страниц в Facebook, одна тысяча микроблогов в Twitter, 700 каналов YouTube и 500 страниц в Flickr. Весь этот массив страниц в социальных сетях представляет собой официальные страницы ведомств, федеральных программ, министров и отдельных чиновников.

Социальные сети на Западе используются в качестве инструмента повышения доверия, поэтому законодательство объективно накладывает на госслужащих ограничения в размещении информации.

В США помимо упомянутых депутатами правил, по которым работодатель может запросить пароли от профилей в социальных сетях, существует множество других ограничений. На официальном уровне принят Этический кодекс поведения для чиновников исполнительной ветви власти. Несмотря на то, что документ не затрагивает соцсети напрямую, согласно нему, поведение госслужащего в медиaprостранстве должно полностью соответствовать требованиям кодекса.

Таким образом, происходит активное использование современными каналами связи со стороны дипломатических структур с целью влияния на зарубежную аудиторию. В первую очередь, к ним относят Интернет, социальные сети, блоги - (получившие название «новых медиа»).

Министерства иностранных дел, посольства имеют свои официальные страницы в Интернете, а президенты, министры, высокопоставленные чиновники открывают аккаунты в социальных сетях. Их комментарии на этих площадках нередко носят более личный и менее сглаженный характер, а также появляются раньше, чем официальные заявления. Таким образом, эффект воздействия на общество получается рельефнее. В связи с этим появился специальный термин, который обозначает использование социальных сетей в дипломатии, – «твитпломатия». Вместе с этим, и традиционные СМИ, стали активно применять в свои репортажи личные материалы свидетелей событий (особенно их фотографии и видеоматериалы), поскольку это пользуются большим доверием.

В США намечается тренд, когда президент использует социальные сети и приложения на мобильных устройствах для информирования граждан о своей деятельности, в том числе о внешней политике страны. Число подписчиков американского президента Д. Трампа в Фейсбуке составляет 25 млн, а в Твиттере- 23 млн. Фотографии, видео и комментарии президента моментально выкладываются в блогах и форумах, который привлекают огромный интерес со стороны пользователей. Тем самым формируется тот имидж, который диктуется самим Вашингтоном [Официальная страница Д. Трампа в Твиттере//<https://twitter.com/POTUS>] (Приложение 10).

На сегодняшний день, можно заметить тенденцию увеличения числа внешнеполитических задач. В сравнении с периодом «холодной войны», когда программы были нацелены на только лишь обеспечение национальной безопасности США. Национальная безопасность и экономическое благополучие Америки, защита интересов американских граждан, продвижение идеологии правового государства, защита прав человека, гуманитарные и глобальные проблемы являются основными внешнеполитическими задачами, для осуществления которых разрабатываются различные программы обменов.

В США формальными институтами, занимающимися политикой мягкой силы, являются Бюро по делам образования и культуры Государственного департамента США (Фулбрайтовская программа, программы по изучению английского языка, стипендии для граждан стран СНГ, повышение престижа американского высшего образования, отдел гражданских обменов, программа по защите культурного достояния, распространение американских произведений искусств и т.п.); Информационное агентство США, филантропические и спонсорские организации. Также действует масса неформальных институтов распространения мягкой силы: Голливуд, СМИ, музыка и прочее [Филимонов Г., 2010. С.102].

В настоящее время дипломатическая служба США обладает разного рода инструментарием для осуществления акций по направлению публичной дипломатии. В первую очередь, к ним относят личные встречи и коммуникацию с различными представителями государственных учреждений и общественности, которые позволяют извлекать информацию из первоисточника. Следующей серьезной составляющей является деятельность с прессой, что подразумевает участие в интервью, брифингах, пресс-конференциях, которые позволяют донести до общественности официальную точку зрения по определенному вопросу, непосредственно прояснить политику государства в конкретной области и дать ответы на интересующую публику вопросы. Если рассматривать печатную информацию, то американские посольства в постоянном режиме выпускают пресс-релизы, в которых происходит информирование об интересных и важных мероприятиях, организуемых посольством, о визитах и значительных событиях, которые имели место в стране. Загранучреждения США получают и распространяют с 1935 г. «Вашингтонский файл», который первоначально назывался «Беспроводной файл». В «Вашингтонском файле» печатаются полные тексты заявлений и речи официальных лиц, стенограммы пресс-конференций и брифингов, прошедших в стенах Белого Дома,

Госдепартамента и иных государственных учреждениях США [Манжулина О.А., 2005. С. 17].

Что касается подготовки контента, то здесь развитие цифровой дипломатии подтолкнуло американцев к интересным изменениям. Если попробовать привести сравнение, то сейчас Бюро международных информационных программ и посольства работают как большое медиа с региональными подразделениями. Часть контента создаётся на местах, часть – централизованно в Вашингтоне, для чего в 2014-м Госдепартамент запустил платформу ShareAmerica. Бюро международных информационных программ размещает на ShareAmerica материалы, которые посвящены самым разным темам, связанным с Америкой и продвигающим американские ценности и интересы. Название платформы оправдано тем, что материалы подготавливаются в формате, которым удобно делиться в социальных сетях.

Помимо текстов Госдепартамент использует видео-ролики, например, для представления новых послов или на связанные с Америкой темы через ShareAmerica. Видео используется для интерактивного общения, когда пользователи могут задать вопрос в режиме реального времени.

Ещё один формат, используемый в цифровой дипломатии США, – это онлайн-курсы. Госдепартамент и посольства своими силами проводят курсы английского, а также дают ссылки на массовые онлайн-курсы, предоставляемые американскими университетами на сайте Coursera.

Следует выделить три фактора, которые считаются ключевыми для успешной цифровой дипломатии. Во-первых, ключевым является локальный уровень, поскольку действуя на местах можно добиться такого вовлечения, какого не удастся добиться, работая только из центра. В частности, важно вести общение в интернете на местном языке. Во-вторых, важна гибкость и изобретательность, поскольку ландшафт в интернете меняется стремительно, и популярность социальных сетей, например, не является чем-то заданным. В-третьих, цифровая дипломатия – это двусторонний обмен, и она

будет успешна тогда, когда осуществляется во взаимодействии с аудиторией, а не только для распространения информации.

Можно утверждать, что публичная дипломатия выносит на повестку дня наиболее злободневные глобальные проблемы человечества, которые необходимо разрешить. Но также необходимо подчеркнуть, что каждая страна сама определяет круг таких вопросов, прежде всего, исходя из целей и задач своей внешней политики. Соединенные Штаты Америки, например, в качестве приоритета своей «новой публичной дипломатии» выделяют продвижение демократии и прав человека [US Office of the Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs: Strengthening U.S. Engagement with the World].

Таким образом, американская публичная дипломатия использует обширный круг инструментов, которые дают возможность эффективно реализовывать стоящие перед ней задачи, вместе с этим в Соединенных Штатах создан целый ряд государственных и негосударственных структур осуществляющих запланированные мероприятия по публичной дипломатии.

Итак, американская публичная дипломатия представляет собой самостоятельный инструмент внешней политики и включает в себя такие механизмы воздействия на зарубежные общества, как информационные программы, образовательные обмены, проекты в области культуры и спорта, а также цифровую дипломатию. К основным внешнеполитическими целями американской публичной дипломатии относят:

- 1) улучшение имиджа США среди наиболее активных и влиятельных слоев иностранного общества;
- 2) влияние на иностранную элиту и, в частности, на ее сегмент принятия решений;
- 3) создание благоприятного делового и инвестиционного климата для США в зарубежных государствах.

В последние годы публичная дипломатия Соединенных Штатов реализуется с опорой на концепции «мягкой» и «умной силы». А в их

основе лежит стремление правительства США расширить число приверженцев американских ценностей за рубежом и вовлечь международную общественность в политическую повестку дня, предложенную Вашингтоном.

Под публичной дипломатией, осуществляемой силами американского государства, чиновники американского Госдепартамента подразумевают иностранное вещание, а также дипломатические и консульские программы по публичной дипломатии, образовательные и культурные обмены, программы помощи Европе, Евразии и Центральной Азии, образовательные и культурные обмены, фонды экономической помощи, чрезвычайные операции за рубежом.

2.2. Преимущества и недостатки публичной дипломатии РФ

Впервые об одном из компонентов публичной дипломатии, информационном сопровождении внешнеполитической деятельности, было упомянуто в Концепции внешней политики РФ от 2000 г. В ней отмечалось, что одна из основных задач страны заключается в формировании позитивного восприятия России за рубежом [Концепция внешней политики Российской Федерации, 2000].

В том же 2000 г. В.В. Путиным была утверждена Доктрина информационной безопасности РФ, в которой говорилось, что «государственная поддержка деятельности российских информационных агентств по продвижению их продукции на зарубежный информационный рынок недостаточна» [Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, 2000].

Позднее, в 2003 г. администрация президента В.В. Путина поручила провести опрос, в ходе которого американцы должны были назвать 10

вещей, которые у них ассоциируются с Россией. Большинство ответов были следующими: коммунизм, КГБ, снег и мафия. Другой опрос, который проводился в том же году и был направлен на то, чтобы установить, насколько в мире осведомлены о российских брендах, еще острее показал необходимость в том, что международный имидж России нужно исправлять. Единственные бренды, которые иностранцы смогли назвать, – автомат Калашникова и коктейль Молотова [Evans J., 2005]. После чего, 12 июля 2004 г. на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России В.В. Путин заявил, что представления о России в мире очень часто далеки от реальности, в связи с чем «посольства и другие зарубежные представительства должны принять активное участие в формировании непредвзятого благоприятного представления о внутренней и внешней политике Российской Федерации, о ее истории, о ее культуре, о сегодняшнем развитии» [Выступление В.В. Путина на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России, 2004]. Это выступление можно условно назвать отправной точкой становления публичной дипломатии в нашей стране, и именно с этого момента активно начинают вкладываться деньги в различные инициативы по созданию положительного образа России за рубежом.

В 2006 г. наша страна запустила еще один масштабный проект в области СМИ, целью которого стало формирование за рубежом положительного имиджа России. «Российская газета» договорилась с ведущими мировыми изданиями, такими как американский Washington Post, британский Daily Telegraph, французский Le Figaro, китайский «Жэньминь жибао» и др., о размещении в них приложения Trendline's Russia («Российские тренды») [Имидж России подправят печатью. 2006]. Цель этих приложений состоит в информировании иностранной аудитории о позитивных изменениях, происходящих в России, – финансовых, спортивных, культурных и прочих достижениях.

В условиях все большего усложнения современных международных отношений становится определенно очевидным, что репутация любого государства на мировой арене определяется уже не только политическим и экономическим весом, но и культурным потенциалом. Неэффективность многих традиционных методов ведения внешней политики подтолкнула руководство большинства современных государств к пересмотру роли культурного фактора в международных отношениях. Не является исключением и Россия, уделяющая в последнее время все большее внимание формированию своего позитивного образа за рубежом, в том числе посредством использования такого значимого инструмента, как «мягкая сила». «Мягкая сила» позволяет государствам «влиять на ситуацию и решать вопросы, находящиеся вне компетенции силовых структур» посредством диалога, привлекая таким образом на свою сторону все больше союзников [Звягина Д. А. 2013. С. 111].

Основной проблемой современной публичной дипломатии РФ является недостаток структурированности и координации работы ведомств, организаций и отдельных лиц в данном направлении.

По теме «мягкой силы» в органах власти на сегодняшний день работает большое количество центров, которые по-разному в этом контексте трактуют национальные интересы. Усугубляется ситуация тем, что между этими центрами возникла конкуренция, которая помогает им заработать политические очки, но не способствует достижению высоких результатов по поставленным задачам. Принцип конкуренции актуален в среде бизнеса, но не корректен в системе принятия решений, связанных порой с жизненными интересами страны. И эта конкуренция происходит на уровне людей, принимающих решения или, по крайней мере, формулирующих эти решения [Бурлинова Н., 2014, с. 28].

Но, тем не менее, преимущество публичной дипломатии РФ заключается в том, что руководством страны в последнее время приложено много усилий для того, чтобы российская внешняя политика стала для

общественности более прозрачной. На интернет-сайтах президента, правительства, МИД и многих ведомств можно ознакомиться с большим объемом информации о визитах и встречах лидеров и ведущих дипломатов страны с зарубежными коллегами, а также о состоянии отношений с различными странами, регионами мира и общественными организациями. Руководители МИД, общаясь с журналистами, выступая на научных конференциях и собраниях общественности дают разъяснения о внешней политике страны и откровенно отвечают на вопросы различного рода.

Очередным проектом Российской Федерации по развитию механизмов публичной дипломатии явилось создание в 2013 г. Международного информационного агентства «Россия сегодня», которое призвано объективно освещать события, происходящие в мире и в общественной жизни России [Указ Президента РФ от 9 декабря 2013 г. «О мерах по повышению эффективности деятельности государственных СМИ»]. Данная медиагруппа объединила радиовещание, новостные ленты на русском, английском, испанском, арабском и китайском языках, информационные порталы более чем на 30 языках, мультимедийные международные пресс-центры и информационные продукты в социальных сетях. За рубежом МИА «Россия сегодня» представлено мультимедийной группой Sputnik, которая ориентирована непосредственно на международную аудиторию и осуществляет вещание на десятках языках [Международная медиагруппа МИА «Россия сегодня»].

Введена практика ежедневного онлайн-общения по внешнеполитической проблематике с аудиторией соцсетей и популярных новостных сайтов. Эти усилия не остались незамеченными профессиональным сообществом: МИД России был удостоен авторитетной премии Рунета за 2014 г. в номинации «Культура, СМИ и массовые коммуникации».

Самым долгожданным событием в 2015 г. стал запуск официального сообщества МИД ВКонтакте. Впервые о планах начать работу в российской

соцсети Мария Захарова, тогда заместитель Департамента информации и печати (ДИП), упомянула в интервью в апреле 2013 г. К тому моменту уже несколько десятков российских загранучреждений работали в соцсетях, но страница ВКонтакте была только у посольства России в Колумбии, впоследствии заброшенная.

Если открытие страницы в Фейсбуке в феврале 2013 г. прошло буднично, в рабочем порядке, то презентация сообщества ВКонтакте была гораздо более торжественной, что отражало в том числе возросший интерес МИД к цифровой дипломатии. Запуск состоялся 18 июня во время визита Сергея Лаврова в офис компании в Санкт-Петербурге. Министр заявил: появление МИД ВКонтакте «поможет нам более эффективно, оперативно доносить до более широкой аудитории, прежде всего, молодежной, идеи, которые мы продвигаем на внешнеполитической арене, рассказывать о происходящем в мире в целом». ВКонтакте является крупнейшей соцсетью в Европе и самой популярной в России, Белоруссии, Казахстане и на Украине. Менее чем за год по количеству подписчиков сообщество МИД ВКонтакте обогнало группу в Фейсбуке, хотя активность пользователей в последней значительно выше.

В качестве заместителя директора Департамента информации и печати МИД с 2011 г. Мария Захарова сыграла ключевую роль в развитии российской цифровой дипломатии. В августе 2015 г. она была назначена директором ДИП, а в сентябре ответила на вопросы интернет-пользователей онлайн. Российские дипломаты ранее использовали соцсети для общения с пользователями - например, посол в Великобритании Александр Яковенко проводил Твиттер-конференцию, сама Мария Захарова иногда отвечает на комментарии к постам на своей личной странице в Фейсбуке. Однако особенностью данного чата было то, что он проходил при участии Русской службы BBC - директор ДИП находилась в студии компании и отвечала на вопросы в комментариях пользователей с официального аккаунта BBC,

помечая хэштегом #Захарова. Некоторые ответы дублировались в твиттер компании.

Твиттер-аккаунт России @Russia зарегистрирован в ноябре 2014 г., но официально анонсирован был в декабре 2015 г. Мария Захарова назвала @Russia новым сетевым продуктом, который будет “рассказывать об основных неполитических - культурных, научных, спортивных, гуманитарных и экономических - событиях в России и за рубежом при российском участии”.

На сегодняшний день российский МИД поддерживает около 70 Twitter-аккаунтов (самый популярный из них @MID_RF набравший 1,24 млн читателей) [Официальная страница МИД РФ в Твиттере], а также канал на YouTube (почти 14 415 подписчиков и свыше 2,5 миллионов просмотров видео) [Официальная страница МИД РФ на Ютубе] и аккаунт в Фейсбуке (370 тысяч подписчиков) [Официальная страница МИД РФ на Фейсбуке]. При этом в системе российского МИДа нет особого отдела, отвечающего за цифровую дипломатию или специалистов, которые занимались бы только соцсетями.

В век массовых коммуникаций ежедневно растет процент людей, активно использующих связь с Интернетом по средствам различных мобильных устройств. Таким образом, необходимо отметить еще одну важную составляющую цифровой дипломатии, которая представляет собой создание прямых каналов связи с гражданами, выезжающими за рубеж для обеспечения связи с ними при возникновении кризисных ситуаций. Россия уже имеет определенный опыт в данном направлении: 1 августа 2012 г. исполнился год с начала сотрудничества МИД России и ОАО МТС по информированию российских граждан, выезжающих за рубеж. По прибытию за границу все клиенты МТС получают бесплатные SMS-сообщения, в которых указаны номера телефонов экстренной связи с российскими посольствами. По просьбе МИД России в случае возникновения или опасности возникновения чрезвычайной ситуации в конкретной стране

клиенты МТС, находясь за границей, получают рассылку с уведомлениями и рекомендациями российской дипломатической службы. Работу в этом направлении необходимо развивать, привлекая к ней и других российских операторов мобильной связи.

МИД также продолжил использовать ВКонтакте для массовой рассылки оповещений. В 2015 г. министерство разослало более чем 20 000 пользователям контакта сообщения об эвакуации из Египта. Аналогичным образом в 2016 г. были оповещены россияне, находившиеся в Турции во время попытки переворота в июле. В сообщении были указаны телефоны посольства и генконсульств, а также давалась рекомендация не выходить на улицу [«ВКонтакте напомнили о мерах безопасности своим пользователем в Турции» 2016].

Следующий недостаток публичной дипломатии РФ необходимо выделить как отсутствие у чиновничьего аппарата понимания самого предмета работы в области публичной дипломатии.

Необходимо специалистам и экспертам в данной области для начала разработать юридический документ, в котором была бы отражена концепция и система работы в рамках «мягкой силы» Российской Федерации. В данном документе должны быть отражены правила игры основных игроков в этой области и принципы их взаимодействия. Основными игроками являются государство в лице министерств, агентств, других ведомств, постоянные структуры, которые были созданы с целью финансирования более мелких игроков (крупные российские фонды-грантодатели), структуры, временно приобретающие от государства роль финансирования мелких игроков (грантооператоры), некоммерческий сектор в лице НКО, образовательные учреждения/вузы, СМИ и медиа и т.д.

Необходимо упомянуть о важном недостатке нашей публичной дипломатии. Он заключается в отсутствии системного видения работы в области «мягкой силы».

На сегодняшний день является большой проблемой недостаток комплексной информации о том, кто работает в данной сфере и какие структуры вовлечены в эту работу. Кто отвечает за определенный вид деятельности, кто с кем, где и в какой области пересекается, почему за деньгами на международное сотрудничество следует идти в Министерство образования, почему три структуры одновременно занимаются одним и тем же проектом. Представители государственной власти не совсем верно представляют себе какие системные игроки присутствуют на этом поле. Существует масса вопросов в данной области. Для того, чтобы ситуацию исправить следует точно представлять комплекс действий, которые не обязательно приведут к организации отдельного ведомства, хотя данную идею не стоит сбрасывать со счетов.

Четвертый недостаток – финансирование на низком уровне. В сравнение финансирования данной структуры в России и США, мы конечно проигрываем. Печально осознавать о тех бюджетах, которыми смело может распоряжается американский госдеп в сфере Public Diplomacy или Американское Агентство по международному развитию (USAID). Хотя в последнее время этому вопросу наше правительство также стало уделять больше внимания, увеличивая бюджет Россотрудничества. Появилось несколько фондов, которые выделяют гранты российским НКО на деятельность по направлению публичной дипломатии. Через систему крупных фондов-распределителей выделяются президентские гранты на подобного рода проекты некоммерческих структур. Но по сравнению с бюджетами аналогичных структур США или Европы бюджеты фондов-грантодателей несоизмеримо малы. Российские некоммерческие организации так же, как и российская бюрократия, в массовом порядке оказались идейно не готовы к работе на ниве публичной дипломатии. Хотя некоторым из них представлялось, что они умело разбираются в данных вопросах, но первые же испытания финансами и проектами в этой области показали их некомпетентность их деятельности [Бурлинова Н., 2014, с. 30].

В России существует проблема с кадровым вопросом, которая переплетается с проблемой образования по направлению публичная дипломатия.

Важно отметить, что кадры решают многое в сфере публичной дипломатии и по ее продвижению. А также вопрос их профильной подготовки.

На сегодняшний день можно констатировать, что в направлении публичной дипломатии у нас огромные проблемы. Казалось бы, что есть классические дипломаты, это и есть их поле деятельности, включая публичную. Но это правомочно в системе МИДа, хотя и здесь дипломатам было бы полезно знать специфику этой области.

Публичная дипломатия — это уже сложившаяся среда, имеющая право на самостоятельное существование и претендующая на специально подготовленные для работы с этой средой кадры. Печально то, что на сегодняшний день ведущие ВУЗы страны, которые готовят специалистов для дипломатической службы не имеют такого отдельного направления, как публичная дипломатия, не имеют спецкурсов по «мягкой силе» и подобной специфике этой работы.

Следующий большой недостаток публичной дипломатии в России — это концентрация внимания исключительно на собственных внутрироссийских механизмах и формах работы.

Ещё одна из немаловажных проблем в структуре публичной дипломатии России — это некоторое возрождение закрытости для прессы высших должностных лиц, заседаний правительства и других органов государственной власти, их пресс-конференций, трудности с аккредитацией на них независимых журналистов, в том числе и по вопросам внешней политики. Иной вопрос — недоступность материалов, которые хранятся в архивах по истории внешней политики. Существуют общие правила для большинства демократических государств об автоматическом открытии архивных документов по истечении определенного срока давности. К

примеру, в США данный срок - 25 лет, а в Великобритании он составляет 30 лет. По соображениям национальной безопасности рассекречиванию подлежат не все документы. Под грифом секретности остаются те, которые признаны таковыми в виде исключения соответствующими органами.

В России ситуация зеркальная. Статья 13 Закона о государственной тайне устанавливает: «Срок засекречивания сведений, составляющих государственную тайну, не должен превышать 30 лет. В исключительных случаях этот срок может быть продлен по заключению Межведомственной комиссии по защите государственной тайны». Тем не менее на практике данное положение в лучшем случае выполняется лишь частично. В обязанности комиссии входит не засекречивание отдельных документов, а снятием секретности с некоторых из них. Причем действует комиссия крайне нерасторопно. Это означает, что, в отличие от США и Великобритании, в России все документы, даже по прошествии срока в 30 лет, остаются секретными до особого решения, а не наоборот. Особенно недоступными являются ведомственные архивы (МИД, МВД, ФСБ, Минобороны), где документы формально по договору с Росархивом находятся на временном депозитарном хранении обычно на срок в 75 лет. Однако и после этого документы в Росархив не сдаются, ведомства рассматривают их как свою собственность и допускают к работе лишь с некоторыми из них, и только тех, кого считают нужным [Закон РФ «О государственной тайне». 1993].

Несмотря на большое количество недостатков, у публичной дипломатии в России также присутствуют положительные стороны. Например, преимуществом является то, что в период существования независимой России в ней сложились и эффективно работают несколько десятков реальных НПО, занимающихся международными проблемами.

Являясь представителями свободного гражданского общества с его проблемами и потребностями, они плодотворнее, чем государственные организации, сотрудничают с коллегами из-за рубежа, организуя совместные семинары, конференции и другие мероприятия. Благодаря реальной

независимости каждой организации и профессионализму ее сотрудников обеспечивается благоприятная реакция международной общественности.

Кроме того, положительной тенденцией является то, что на сегодняшний день государство делает упор на привлечение подобных НПО к работе по программам публичной дипломатии, оказывая им материальную поддержку и организационное содействие. Вопросами материального стимулирования занимается Общественная палата, Фонд поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова, Фонд «Русский мир» и т. д. Координационную поддержку в организационном плане осуществляет МИД России, проводя регулярные совещания с представителями НПО, поддерживая их международную деятельность, в том числе и сотрудничество с ООН и ее органами. В том же направлении действуют Россотрудничество и специально созданный при Общественной палате Российский общественный совет по международному сотрудничеству и публичной дипломатии. Для осуществления целей российской публичной дипломатии такая деятельность видится наиболее продуктивной.

Также, необходимо добавить, что Россотрудничество, организуя выставки, конференции, культурные мероприятия, перекрестные годы, формирует культурно-образовательную, гуманитарную и внешнеполитическую привлекательность нашей страны и имеет возможность влиять на своих иностранных партнеров через их общественное мнение.

Важно упомянуть, что первостепенная задача РСМД состоит в разработке основных направлений внешней политики России и продвижение ее государственных интересов. Совет также инициирует различного рода исследования по актуальным вопросам мировой политики, способствует активизации интереса российского общества к политическим процессам, происходящим внутри страны и в мире, выступает партнером аналогичных организаций за рубежом.

Хорошо известно, что на сегодняшний день Россия не имеет достаточно компетентных специалистов в области публичной дипломатии.

Причина кроется в том, что в российских университетах не ведется их подготовка, более того на рабочих местах не существует системы обучения.

Russia Today был вынужден разработать систему подготовки кадров своими силами непосредственно на телеканале, и тем не менее, даже сейчас, по прошествии нескольких лет испытывает нехватку специалистов желаемого уровня. В других структурах ситуация усложняется тем, что аналогичной системы подготовки специалистов не существует.

В США центры изучения публичной дипломатии и подготовки специалистов есть в целом ряде ведущих школ международных отношений, а британские дипломаты признают, что им для успешной карьеры необходимо какое-то время поработать в сфере публичной дипломатии. В России же на сегодняшний день сочетая журналистику с изучением иностранных языков эту проблему подготовки кадров пытаются решить факультеты и кафедры международной журналистики. Специализированное ведомство в публичной дипломатии могло бы содействовать ведущим российским университетам в создании соответствующих образовательных программ. Важным представляется не только обучение молодых специалистов, но и разработка курсов повышения квалификации для действующих дипломатов, государственных служащих, сотрудников НПО и частных компаний, осуществляющих свою деятельность в сфере трансграничной коммуникации [Долинский А.В. 2010, с. 37].

Президент России В. В. Путин отметил: «пока надо признать, образ России за рубежом формируется не нами, поэтому он часто искажён и не отражает ни реальную ситуацию в нашей стране, ни её вклад в мировую цивилизацию, в науку, культуру, да и позиция нашей страны в международных делах сейчас освещается как-то однобоко». Итак, проведение грамотной информационной политики с целью пресечения нежелательных спекуляций является крайне необходимой мерой [Нейматова А.Я. 2012. С. 80].

Средства массовой информации, несмотря на то, что обладают высокой степенью эффективности, не располагают такой степенью доверия, что и личный человеческий опыт. Установлению межчеловеческих контактов, отчасти способствует туризм, но поскольку короткий срок пребывания туристов не позволяет длительного взаимодействия с местными жителями, это дает лишь поверхностное впечатление о стране. Для более эффективных механизмов долгосрочного действия в этом отношении являются образовательные программы.

Соединенные Штаты, например, приглашают ежегодно несколько тысяч студентов, преподавателей, журналистов и политиков с целью улучшить отношение к своей стране. Среди участвовавших в американских образовательных обменах были, например, Маргарет Тэтчер, Михаил Саакашвили.

В то время как, в нашей практике публичной дипломатии по сути не существует схожих механизмов. В Россию приезжают значительно меньше студентов и преподавателей университетов, среди которых наименьший процент составляют представители США и Западной Европы. Исключением может являться не так давно зародившаяся традиция Валдайских встреч, но ее участниками становятся всего лишь десятки политологов, чего явно недостаточно. Большими сложностями для публичной дипломатии относительно стран Запада является то, что в России образование на английском языке практически отсутствует, а русский язык, несмотря на все усилия нашей страны, распространен только в среде русских эмигрантов и в республиках бывшего СССР [Долинский А.В. 2010, с. 12].

Бесспорно, информационная составляющая является важным компонентом публичной дипломатии, но помимо нее существует огромное количество других элементов, например, популяризация языка. Именно для этой цели в 2007 г. был создан фонд «Русский мир», учредителями которого выступили Министерство иностранных дел РФ и Министерство образования и науки РФ [Указ Президента РФ от 21 июня 2007 г. «О создании фонда

«Русский мир»]. Фонд создает многочисленные центры по изучению русского языка и литературы в образовательных учреждениях разных стран, а также активно работает с соотечественниками за рубежом.

В статье А. Торкунова - «Образование как инструмент «мягкой силы» во внешней политике России» подчеркивается необходимость студенческих и научных обменов. В своей работе он отмечает, что у России есть высокий потенциал высших учебных заведений на международной арене. Так, в рамках мягкой силы необходимо не только повышать доступность и качество российского образования, но и повышать привлекательность идеологической составляющей российской культуры, так как именно она распространяется посредством студенческих и научных обменов [Торкунов А.В. 2013, с. 15].

На Форуме межрегионального сотрудничества России и Казахстана министр образования и науки РФ О.Ю. Васильева отметила, что в 2017 г. количество обучающихся в России иностранных студентов достигло 273 тысяч. При этом основными препятствиями для увеличения этого количества являются строгие миграционные требования, сложности с жильем, отсутствие привлекательной инфраструктуры в учебных заведениях и общежитиях [Форум межрегионального сотрудничества России и Казахстана//<https://rf-kz.ru/>].

В декабре 2017 г. В.В. Путин подписал закон, согласно которому иностранным студентам, в течение года обучавшимся русскому языку и поступившим в вуз после получения подготовительного образования, предоставляется возможность продления виз без необходимости выезда из России. По данным РТ на учебный 2017/2018 г. из-за рубежа поступило более 96 тысяч заявок на обучение в России, при этом на бесплатное ежегодное образование могут претендовать 15 тысяч иностранных студентов.

По данным портала WorldAtlas в 2017 г. Россия заняла 6 место в рейтинге стран, принявших наибольшее количество иностранных студентов (Приложение 17). Также, по данным портала WorldAtlas, на долю России

приходится 3% иностранных студентов во всем мире [Портал WorldAtlas// <https://www.worldatlas.com/>].

Стоит сказать, что сама по себе русская культура является притягательной для иностранной общественности, поэтому культурным обменам и продвижению российского образования уделяется особое внимание в российской публичной дипломатии. Ответственную роль в этих вопросах играет Россотрудничество – Федеральное агентство по делам СНГ, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству, которое функционирует с 2008 г. и является федеральным органом власти при МИД РФ [Указ Президента РФ от 6 сентября 2008 г. «О некоторых вопросах государственного управления в области международного сотрудничества»].

Необходимо подчеркнуть, что существуют элементы культурного влияния, составляющие потенциал российской «мягкой силы»:

1. культурный аспект: классическая литература, музыка, театр, балет и т.д.;
2. членство в Совете Безопасности ООН, признанный статус мировой державы;
3. энергетические и сырьевые ресурсы;
4. драматическая многовековая история, победы в войнах;
5. беспрецедентный опыт взаимодействия и сотрудничества народов, культур, национальностей и конфессий страны (в России не было чисто этнических или конфессиональных конфликтов);
6. статус космической державы;
7. огромные размеры территории и природа.

Необходимо отметить, что к концу 2016 г., когда на Западе регулярно стали звучать обвинения Москвы во вмешательстве в президентские выборы в США и распространении недостоверных новостей (fake news), в американской внутренней политике Россия превратилась в пугало. У многих в самой России это вызвало удивление, но МИД воспринял это как

продолжение информационных атак с Запада. Некоторые посольства поддерживали хэштег #RussiansDidIt [Поиск твитов по хэштегу- #RussiansDidIt в Твиттере. 2018], иронизируя над тем, как США обвиняют Россию во всех грехах. В феврале 2017 г. в соответствии с призывом президента о том, что «нельзя просто пропускать враньё в отношении России», министерство открыло специальный раздел [МИД РФ: Примеры публикаций, тиражирующих недостоверную информацию о России. 2017] на своём сайте для опровержения недостоверных публикаций о России.

За 2017 г. российской цифровой дипломатии досталось немало внимания со стороны западных СМИ и экспертов. Financial Times разбиралась в популярности твиттера Посольства России в Лондоне. CNN и другие издания следили за схваткой аккаунтов @Russia и @Ukraine по поводу общей истории. Авторы Business Insider собирали «11 примеров, как российские правительственные аккаунты затроллили США и Великобританию в Твиттере» [Правительственные аккаунты РФ Затроллили США и Великобританию в Твиттере. Business Insider. 2017]. В Washington Post шли дальше и находили семь твитов, с помощью которых Посольство России в Лондоне «подрывает Запад» [How the Russian Embassy in London uses Twitter to undermine the West& The Washington Post. 2017]. А профессиональные борцы с российской пропагандой из Atlantic Council проверяли достоверность раздела сайта МИД России о недостоверных новостях.

Итак, подводя итог, можно констатировать, что определенные сегменты российской публичной дипломатии развиваются достаточно эффективно и успешно решают возлагаемые на них задачи, однако общая координация и система обратной связи требуют корректировки. Российская публичная дипломатия на сегодняшний день остается преимущественно традиционной публичной дипломатией, поскольку инструментов, ориентированных на сотрудничество и вовлечение негосударственных

активов в ней значительно меньше, чем инструментов, использовавшихся еще в годы холодной войны.

Однако, на сегодняшний день хорошо прослеживается преимущество активного пользования цифровой дипломатии как ресурса и инструмента пропаганды внешнеполитической деятельности для воздействия на зарубежную аудиторию. Так, публичная дипломатия пополнилась общением в социальных сетях, вследствие чего появилось «твитпломаси», а президенты, премьеры, министры, главы внешнеполитических ведомств и послы, которые входят в социальные сети, становятся «твитпломатами». Новые медиа (социальные сети и блоги) как инструмент пропаганды внешней политики оказывают огромное влияние на зарубежную аудиторию. В настоящее время практически любой гражданин при желании в режиме реального времени может быть причастен к любому внешнеполитическому событию и пропаганде какой-либо страны и даже способен оказать определенное влияние. В этих условиях особую роль играют аналитические, общественно-политические медиа как инструменты пропаганды внешнеполитической деятельности.

2.3. Тенденции развития публичной дипломатии РФ: ситуационный анализ

Среди официальных российских публичных документов упоминание феномена «мягкая сила» можно найти в основных внешнеполитических концепциях: «Решение задач обеспечения национальной безопасности в сфере культуры в среднесрочной и долгосрочной перспективе достигается за счет укрепления международного имиджа России в качестве страны с богатейшей традиционной и динамично развивающейся современной культурой; развития общей гуманитарной и информационно-

телекоммуникационной среды на пространстве государств-участников Содружества Независимых Государств и в сопредельных регионах» [Стратегия национальной безопасности 2020].

В России, главным органом по реализации политики «мягкой силы», в институциональном плане, представляется Министерство иностранных дел. Но, механизмы, рассматриваемые в рамках данной работы, применяются, также следующими организациями: Русский мир, Россотрудничество, Русский век, Институты Пушкина, которые будут раскрыты далее. При анализе проектной деятельности негосударственных организаций, можно выявить такие программы и проекты, как: Transcript, реализуемая Фондом Прохорова и Читай Россию (Read Russia), получившая премию от Института перевода. Более того, продвижением публичной дипломатии в России занимается одна из наиболее крупных организаций- Российская Ассоциация Международного Сотрудничества, которая объединяет 96 обществ дружбы с зарубежными странами. Последние являются важнейшими институтами культурной кооперации между странами и характеризуются широким спектром деятельности, от международных выставок и круглых столов до Дней культуры России за рубежом [Официальный сайт Российской Ассоциации Международного Сотрудничества]. Начиная с 2013 г. Россотрудничество становится главным институтом продвижения мягкой силы в России. В то же время, особое внимание уделяется оповещениям во время осуществляемых за рубежом программ о том, кто является источником инициативы финансирования.

Важно отметить, что в 2016 г. произошло несколько значительных событий, касающихся политики в области цифровой дипломатии. Во-первых, президент Владимир Путин с акцентировал внимание на роли информационных аспектов внешней политики в своём выступлении на Совещании послов и постоянных представителей Российской Федерации в конце июня. Такие совещания проходят раз в два года, и, как сообщал Коммерсантъ, в 2012 г. замечания Владимира Путина о необходимости

«вновь и вновь разъяснять наши позиции, на разных платформах и с использованием новых технологий» придали стимул зарождающейся цифровой дипломатии, подкрепив усилия, зарождающиеся в министерстве снизу. В этот раз президент сделал упор на предотвращение информационных атак и противодействие доминированию Запада в информационном измерении: «Наши дипломаты, конечно, понимают, насколько важна сегодня борьба за влияние на общественное настроение, на общественное мнение. В последние годы мы много занимаемся этими вопросами, однако в условиях настоящей информационной атаки, развязанной некоторыми нашими так называемыми партнёрами против нашей страны, встаёт задача ещё более нарастить усилия на данном направлении. Мы живём в информационную эпоху, и афоризм «кто владеет информацией, тот владеет миром», безусловно, отражает реальности сегодняшнего дня [Россия направляет посольства в Твиттер: МИД РФ начнет применять «мягкую силу». 2012].

К важной тенденции можно отнести то, что Министерство активно прогрессирует, несмотря на те вызовы, которые встают перед ним во время современного информационного века. Начиная с 2011 г. Министерство ведет свой микроблог в Твиттере, публикуя тезисные сообщения на тему внешнеполитического курса РФ. Аккаунт представлен на русском (MID_RF) и английском (MFA_Russia) языках. Официальный twitter-аккаунт Министерства иностранных дел Российской Федерации — это и есть новая публичная дипломатия, о которой пишет в своих работах Джозеф С. Най [Официальный twitter-аккаунт Министерства иностранных дел РФ] (Приложение 6).

О качественно новой тенденции активного влияния информационно-коммуникационных технологий на международные процессы писал В.В. Путин в статье: «...мировое общественное мнение в нынешнее время формируется путем самого активного задействования продвинутых информационных и коммуникационных технологий. Можно сказать, что

интернет, социальные сети, мобильные телефоны и т.п. превратились — наряду с телевидением — в эффективный инструмент как внутренней, так и международной политики» [Путин В.В., 2012].

Твиттер сейчас является не только модной тенденцией в сфере соцсетей, но и применяется как ресурс, с возможностью выдачи оперативной, краткой, своевременной и актуальной информации, исходящей из огромного информационного потока. МИД РФ выражает свою надежду, что новый ресурс будет рассчитан на широкую аудиторию и особенно будет полезен россиянам, находящимся за рубежом. К примеру, подписчики смогут быть уведомлены, посредством поступления информации на мобильные телефоны в случае чрезвычайной ситуации в стране нахождения [Макарычев М., 2011, с. 10].

Ведение микроблога в режиме реального времени в информационной сети твиттер представителем российского посольства за рубежом (пресс-атташе) может стать первым шагом на пути модернизации информационных технологий. Существует мнение, что твиттер — это лишь дань моде и эфемерный вид коммуникации. Но именно ведение микроблога позволит довольно большому числу заинтересованных лиц получать ясную, краткую и незамедлительную информацию от посольства: анонс важных мероприятий, комментарии официальных лиц по тому или иному вопросу и т.д.

Потребность привлечения общественности на свою сторону в условиях мгновенного распространения информации, стала особенно значимой тенденцией. Публичная дипломатия пополнилась общением в социальных сетях. Появился новый термин — «твипломаси». Твиттер и другие социальные сети стали использоваться внешнеполитическими ведомствами. Президенты, премьеры, министры, главы внешнеполитических ведомств, послы выходят в социальные сети и становятся «твипломатами». Форин-офис создал специальную «интернет-гавань» (hub), оказывающую техническое содействие своим «твипломатам» и разрабатывающую цифровые стратегии внешней политики. Французское агентство «Франс-

Пресс» (AFP) занялось мониторингом в реальном времени влияния в сети государственных акторов, занимающихся публичной дипломатией. Данные учитывают количество фолловеров официальных лиц и экспертов. Для США таких фолловеров насчитывается около 43 млн человек, для России — 2,5 млн. Стоит всерьез задуматься о причинах такого разрыва [Зонтова Т., 2014].

В социальной сети Фейсбук (Facebook) всего три российских посольства имеют собственную страницу (Посольства России в Македонии, Бельгии и Турции) и лишь два (за исключением Посольства в Турции) активно обновляют информацию на них. Русскоязычный аналог фейсбука «ВКонтакте» пользуется большей популярностью среди российских посольств (по популярности: Посольства России в США, Китае, Австрии, Финляндии, Индонезии, Дании, на Кубе, Финляндии, Ирландии, Австралии, Польше и Алжире), хотя, если сравнивать две социальные сети «vk.com» и «facebook», то «имиджевая» эффективность последней больше ввиду ее международного характера и большего охвата (901 миллион активных пользователей против 120 миллионов пользователей российского аналога).

Что касается практики, то российская цифровая дипломатия продолжает развиваться, и МИД изучает новые способы и инструменты для общения с интернет-аудиторией. В 2016 г. министерство запустило официальную страницу в Инстаграме. На ней в основном представлены фото и короткие видео со встреч, иногда дающие возможность увидеть закулисную сторону дипломатии. Описания даётся на русском и на английском с тематическими хэштегами на обоих языках. У официального аккаунта сейчас 108 тыс. подписчиков [Официальный аккаунт МИДа РФ в Инстаграме] (Приложение 7).

Ещё одно новое медиа, которое освоил МИД, - это Телеграм. Благодаря возможности создавать каналы Телеграм из приложения для обмена сообщениями превратился в аналог соцсети и новостной ресурс. Министерство запустило свой канал на русском в начале ноября 2016 г., к

настоящему моменту на него подписались 2 300 пользователей. Телеграм используют и российские дипломаты за рубежом, в частности в Иране, где приложение Павла Дурова стало самым популярным мессенджером. МИД также выпустил два самодельных набора стикеров для Телеграма с картинками в стиле мемов на тему российской дипломатии [Запуск новых стикеров на канале МИД РФ в Telegram по случаю Дня дипломата. 2016] (Приложение 12).

Департамент информации и печати уделяет всё большее внимание визуальной коммуникации, в том числе видео-контенту. Помимо добавления видеозаписей большой продолжительности с официальных встреч и коротких роликов на канал МИД на YouTube [Официальный канал МИД РФ на YouTube], ДИП теперь проводит онлайн-трансляцию ежедневных брифингов официального представителя МИД и некоторые пресс-конференции министра на трёх платформах: в Перископе, Фейсбуке и ВКонтакте. В прошлом году ДИП также начал выпускать самостоятельно сделанные короткие видео с текстом, впрочем, здесь ещё есть над чем работать (Приложение 11).

Страница российского загранучреждения в Интернете — уже сложившаяся норма. Однако стоит отметить, что российские посольства пока не в полной мере используют новые коммуникационные технологии. Об этом в ходе своей встречи с сотрудниками МИД говорил Д.А. Медведев: «Идти в ногу со временем крайне необходимо. Это касается не только центрального аппарата Министерства, который сейчас уже этим занимается, но и даже в большей степени наших посольств и других наших загранучреждений. Собственно, вы сами это отлично знаете, потому что именно по их деятельности судят и о России, и о том, насколько дружелюбной является наша внешняя политика» [Дмитрий Медведев провёл встречу с сотрудниками Министерства иностранных дел. 2012].

Проведя анализ участия ведущих мировых деятелей, можно прийти к выводу, что США отводят большую роль публичной дипломатии именно в

социальных сетях, нежели Россия. Хорошо прослеживается активность президента Д. Трампа в самых распространенных социальных сетях: в день он выкладывает по 5-7 публикаций на своей официальной странице. У В.В. Путина же нет ни одной страницы в соцсетях, он объясняет это плотно распланированным графиком дня. Как признается глава государства: "Мой рабочий день заканчивается так поздно, что мне уже не до Instagram. Думаю, как бы скорее добраться до постели. Если честно, несмотря на то, что сотрудники моего аппарата очень активно используют интернет, я физически этим не пользуюсь». Существует множество фейковых страниц в сети, созданных якобы от его имени. По его словам, их около 5 тыс. "Ни к одному из них я не имею никакого отношения. Надеюсь, они ничего дурного там не пишут, но, во всяком случае, это делаю не я", – заключил В. Путин. [Путин рассказал, можно ли его найти в соц сетях. 2017] (Приложение 18).

В июне 2005 г. агентством «РИА Новости» был учрежден первый российский информационный телеканал RussiaToday (RT), ведущий круглосуточное вещание на английском языке. Он был призван информировать иностранную общественность о событиях, происходящих непосредственно в стране, а также отражать позицию России по основным вопросам международной политики. Телеканал быстро расширял свое вещание, увеличивал аудиторию и набирал популярность в мире. Так, в мае 2007 г. был запущен RussiaToday на арабском, а в 2014 г. – на испанском языке. Кроме того, телеканал учредил собственные студии в столицах США и Великобритании. В 2014 г., обогнав по количеству просмотров все ведущие мировые телеканалы, пяти основным каналам RT удалось набрать рекордную цифру – 2 млрд просмотров на YouTube [Каналы RT на YouTube набрали рекордные два миллиарда просмотров, 2014]. На этом достижения RussiaToday не закончились. Абсолютный рекорд – 3 млрд просмотров на YouTube RT набрал в 2015 г., в 2 раза опередив CNN, в 3 раза – Euronews, в 10 раз – BBC [RT набрал рекордные для новостных каналов 3 млрд просмотров на YouTube]. Эти цифры свидетельствуют о мировом успехе

телеканала RussiaToday, который можно назвать эффективным инструментом публичной дипломатии России.

Таким образом, сегодня RT (по данным самого канала) — это восемь телеканалов, вещающих более чем в 100 странах мира (информационные каналы на английском, испанском, арабском и французском языках, телеканалы RT America и RT UK, документальный канал RTД на русском и английском), онлайн-порталы на шести языках, а также международное видеоагентство RUPTLY. 70 млн человек в 38 странах мира смотрят RT каждую неделю, половина из них — 35 млн ежедневно.

В информационном обеспечении внешней политики России также задействованы крупные информационные агентства. Крупнейшим из них является ИТАР-ТАСС. Оно имеет 80 отделений и корпунктов в России и в СНГ и около 60 в странах дальнего зарубежья. Агентство выпускает 45 оперативных лент информации, из них 6- на иностранных языках.

Российское агентство международной информации «РИА Новости» являются самым цитируемым источником информации из всех российских и иностранных аналогов в России, причем по этому показателю они лидируют не только в СМИ, но и в русскоязычных блогах. Агентство поддерживает свои сайты на 14 языках, ведет более 20 новостных лент, имеет представительства и корпункты более чем в 40 странах мира, выпускает печатные СМИ, издаваемые за рубежом.

Очередным проектом Российской Федерации по развитию механизмов публичной дипломатии явилось создание в 2013 г. Международного информационного агентства «Россия сегодня», которое призвано объективно освещать события, происходящие в мире и в общественной жизни России [Указ Президента РФ «О мерах по повышению эффективности деятельности государственных СМИ», 2013]. Данная медиагруппа объединила радиовещание, новостные ленты на русском, английском, испанском, арабском и китайском языках, информационные порталы более чем на 30 языках, мультимедийные международные прессцентры и информационные

продукты в социальных сетях. За рубежом МИА «Россия сегодня» представлено мультимедийной группой Sputnik, которая ориентирована непосредственно на международную аудиторию и осуществляет вещание на десятках языков [Международная медиагруппа МИА «Россия сегодня»].

Бесспорно, информационная составляющая является важным компонентом публичной дипломатии, но помимо нее существует огромное количество других элементов, например, популяризация языка. Именно для этой цели в 2007 г. был создан фонд «Русский мир», учредителями которого выступили Министерство иностранных дел РФ и Министерство образования и науки РФ [Указ Президента РФ «О создании фонда «Русский мир», 2007]. Фонд создает многочисленные центры по изучению русского языка и литературы в образовательных учреждениях разных стран, а также активно работает с соотечественниками за рубежом. Фонд поддерживает некоммерческие и общественные организации, научные и образовательные учреждения, нацеленные на исследование русского языка, разработки программ его изучения. В рамках данной программы Фонд выдает гранты иностранным и российским некоммерческим организациям. Более того, «Русские центры» уже открыты в 45 странах мира.

Если затрагивать тему финансирования, то с 2017 г. главным источником грантов для большинства российских НКО является Фонд президентских грантов, пришедший на смену системе нескольких грантооператоров, существовавшей с 2013 г.

В 2017 г. Фондом было проведено два конкурса на общую сумму 6653,8 млн руб. (3213 организации-победителя). Победителями по направлению «Развитие общественной дипломатии и поддержка соотечественников» по итогам первого конкурса стали 17 организаций, по итогам второго — 47 (2,1% от общего числа победителей, что суммарно составило 2,9% от общей суммы грантов по второму конкурсу). Если суммировать показатели первого и второго конкурсов, то общая сумма средств, выделенных на это направление (64 проекта всего) в 2017 году составит

193,81млн. Так, 2,9% средств от общего бюджета президентских грантов потратило государство в 2017 году на проекты по направлению общественной дипломатии.

Большинство заявок по-прежнему носит внутривоссийский характер, то есть ориентированы на развитие общественной дипломатии внутри России, в лучшем случае с приграничными регионами или странами СНГ. Только 1 проект из 64 является англоязычным — проект «Meeting Russia» «Центра поддержки и развития общественных инициатив — «Креативная дипломатия». В целом оставляет желать лучшего качество самих заявок, подаваемых по направлению общественной дипломатии. Об этом непублично говорят как эксперты, вовлеченные в процесс оценки поступающих заявок, так и сами отобранные заявки, многие из которых в реальности имеют слабое профессиональное наполнение.

Поскольку именно государство в лице, главным образом, Министерства иностранных дел является учредителем и основным спонсором этих структур, сокращение субсидирования, хотя и не столь значительное, как пытались представить некоторые СМИ, все же является признаком общей тенденции снижения государственного интереса к этому направлению работы после 2016 года. Что касается грантовой деятельности Фонда Горчакова, то составить об этом общую картину затруднительно, поскольку на сайте информация представлена довольно скупо, не размещены официальные списки победителей за предыдущие годы. В разделе «Ранее выданные гранты» можно найти информацию за 2014–2015 гг. — всего 20 проектов.

Россотрудничество, организуя выставки, конференции, культурные мероприятия, перекрестные годы, формирует культурно-образовательную, гуманитарную и внешнеполитическую привлекательность нашей страны, но, к сожалению, пока не очень эффективно способствует популяризации России именно как политического образования, т.е. Россия имеет мало

возможностей влиять на своих иностранных партнеров через их общественное мнение.

Министерство Иностранных Дел РФ ведет активную работу по вовлечению во внешнеполитический процесс институтов гражданского общества и экспертного сообщества. В Концепции внешней политики Российской Федерации, утвержденной Президентом Медведевым Д.А. 12 июля 2008 года, подчеркивается, что широкое вовлечение гражданского общества во внешнеполитический процесс соответствует тенденциям внутреннего развития России, отвечает задачам поддержания в стране согласия по вопросам внешней политики, способствует ее эффективной реализации.

В феврале 2010 г. Д.А. Медведев подписал два распоряжения: «О создании Фонда поддержки публичной дипломатии имени Горчакова А.М.» и «О создании некоммерческого партнерства «Российский совет по международным делам» [Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова//<https://gorchakovfund.ru/about/>].

Главные цели Фонда поддержки публичной дипломатии имени Горчакова А.М., учрежденного МИД - «поддержка публичной дипломатии и содействие участию российских неправительственных организаций в международном сотрудничестве, вовлечение гражданских институтов во внешнеполитические процессы». Фонд действует под общим руководством МИД России в качестве грантодающей организации с целью содействия вовлечению российского НПО-сообщества в международное сотрудничество по широкому спектру вопросов. Помимо этого, для поддержки публичной дипломатии и улучшения внешнеполитического имиджа России за рубежом фонд проводит конференции, публичные лекции и встречи по внешнеполитической проблематике, в которых принимают участие авторитетные отечественные и зарубежные эксперты в области международных отношений.

Так, «Российская газета» ежемесячно издает вкладки к зарубежным Washington Post, The Daily Telegraph, Le Figaro, а также ведущим изданиям Аргентины, Болгарии, Бразилии, Индии, Испании и Италии общим тиражом несколько миллионов. В Москве издаются англоязычные издания Moscow News и Russia Profile. К числу мер, направленных на оптимизацию взаимодействия с обществами других стран, относят также сотрудничество российского руководства с американским пиар-агентством Ketchum, «Валдайские встречи» российских лидеров с зарубежными политологами, проведение Зимних Олимпийских Игр в Сочи 2014 г. и Чемпионата мира по футболу 2018 г., а также многое другое. Все эти действия наглядно демонстрируют значимость публичной дипломатии в современной мировой политике и российскую заинтересованность в развитии собственной системы коммуникации с зарубежными аудиториями. Вместе с тем, теоретики и практики признают, что, несмотря на наращиваемые усилия, российская публичная дипломатия пока далека от идеальной, и непрекращающийся поиск возможных путей ее оптимизации делает представленное исследование в высшей степени актуальным.

Несмотря на то, что активные шаги на этом направлении предпринимаются уже в течение некоторого времени, а затрачиваемые ресурсы возрастают, пока сложно говорить о заметных успехах. Анализ деятельности некоторых из названных выше организаций показывает, что реализуемые ими проекты – эффективные, а развитие – успешное, однако комплексного успеха пока нет. Вероятно, одной из причин этого явления является отсутствие в России системы публичной дипломатии как целостного механизма, в котором есть стратегия, эффективная координация, средства оценки эффективности. На сегодняшний день российская публичная дипломатия практически не имеет инструментов сотрудничества с негосударственными акторами в публичной дипломатии. Российское государство активно увеличивает количества каналов коммуникации с зарубежными обществами, однако собственно российское общество в этом

процессе практически не участвует, что негативно сказывается на системе публичной дипломатии в целом.

Примером может послужить воссоединение Крыма с Россией весной 2014 г. многими странами, в первую очередь западными, трактуется как акция «жесткой силы», и это широко транслируется в глобальных СМИ. Это один из многих примеров, когда Россия уступает мировым державам в информационной борьбе. В таком случае мы видим, что отсутствие опыта в применении концепции «мягкой силы» в России сочетается с длинным списком того, что можно показать и продвигать, чем оказывать влияние и привлекать.

При прогнозе перспектив публичной дипломатии в России следует учитывать риски, с которыми возможно столкнуться:

- 1) масштабная дестабилизация обстановки на мировой арене, революционные движения в целевых странах, которые могут привести к резкому снижению интереса к России;
- 2) ослабление позиций русского языка в странах постсоветского пространства и усиление позиций других языков.

Для достижения максимального результата следует также учитывать следующие факты:

1. Комплексный и системный подход к реализации целей и задач российской политики публичной дипломатии, координацию действий властных структур, общественных организаций и бизнеса для достижения максимального синергетического эффекта;
2. акцент на страны постсоветского пространства при определении основных направлений деятельности в политике публичной дипломатии;
3. ориентация на широкие круги населения и, в частности, на молодежь.

Таким образом, новая публичная дипломатия непрерывно развивается в положительную сторону. Тем не менее, российским дипломатам

необходимо с полным осознанием и пониманием подходить к использованию новых коммуникационных технологий на современном этапе для того, чтобы заручиться поддержкой широкой общественности, без которой сегодняшняя дипломатия неэффективна. А также необходимо выработать комплексную долгосрочную стратегию публичной дипломатии, чтобы реализовывать национальные интересы и обеспечить прочное положение на международной арене. Необходимо подчеркнуть, что долговременные успехи внешнеполитической деятельности любого государства невозможны без четкой стратегии общественной дипломатии и ее эффективной реализации, на основе соответствующей институализации, идеологического наполнения и ресурсного обеспечения.

Информационно-коммуникационные технологии постоянно совершенствуются. Поэтому, чтобы полноценно работать с Интернет-аудиторией, необходимо не только уметь пользоваться имеющимся арсеналом рабочих инструментов цифровой дипломатии, но и быть в курсе последних тенденций и разработок.

Для использования ресурсов новых социальных медиа, несомненно, требуется выработать стратегию, обучить персонал и проанализировать ситуацию. Как правило, госструктуры в силу своей инертности гораздо менее восприимчивы к инновациям в сфере ИКТ, в отличие, например, от частного бизнеса, который активно использует новые технологии и взаимодействует с внешней средой. Выходом из ситуации в какой-то мере могло бы стать сотрудничество МИД с российскими ИТ-компаниями, такими как Яндекс, Рамблер и популярный социальный медиа-ресурс ВКонтакте.

Современная российская публичная дипломатия оптимизирована под решение тактических задач. При сегодняшнем уровне концептуализации целей и развития институтов стратегические задачи она решать не способна. Для успеха на этом уровне необходимы меры, направленные на систематизацию и институционализацию этого направления государственной политики:

- 1) углубленное систематическое изучение отношения к России;
- 2) создание института, координирующего публичную дипломатию государственных структур, деятельность НПО и делового сообщества;
- 3) развитие действующих и создание новых программ публичной дипломатии, ориентированных, в первую очередь, на долгосрочное действие.

В последние годы Россия добилась существенного успеха в восстановлении своего внешнеполитического потенциала, и развитие системной публичной дипломатии должно стать одной из основ усиления российской мягкой власти и увеличения влияния на мировую политику.

Однако если проанализировать определение «мягкой силы» в рамках Концепции внешней политики России, то следует заметить, что оно, скорее, совпадает с американской трактовкой публичной дипломатии. Данное обстоятельство предопределяет необходимость уточнения и конкретизации российского видения «мягкой силы», поскольку копирование западных шаблонов без учета социально-экономических и политических реалий России может привести к ощутимым потерям во внешней политике нашей страны.

По этой причине России крайне важно, как можно скорее выработать свою национальную концепцию «мягкой силы», определиться с технологиями и методами ее применения, финансовыми и организационными вопросами, интеллектуальной и политической поддержкой, обозначить приоритеты и цели. Как раз в этом направлении сейчас ведется активная работа. К осени Россотрудничество и МИД России планируют представить руководству страны проект «Комплексной стратегии расширения гуманитарного влияния России в мире», своего рода доктрину «мягкой силы» России.

Однако, рассматривая вопрос выработки российской концепции «мягкой силы» следует учитывать, что этот процесс требует много времени и не стоит ожидать быстрых свершений. Как говорит К. И. Косачев, «наши геополитические конкуренты работают с опережением. Они выстроили

соответствующие программы года и десятилетия назад и сейчас пользуются их результатами» [Россотрудничество презентует доработанную концепцию «мягкой силы», а также займется привлечением иностранных туристов в Россию. 2012]. В связи с этим определенно понятно отставание России в этом вопросе. Но надо учесть тот факт, что у нашей страны есть огромный потенциал, который при правильном применении вполне может быть конкурентоспособным. Пока же, как ни печально это осознавать, в глобальном противостоянии «мягкой силы» на современной международной арене Россия почти отсутствует.

Подводя итог всему вышесказанному, следует отметить, что современная Россия осознала значимость использования такого важного инструмента, как «мягкая сила», при проведении внешнеполитического курса. Однако на данный момент «мягкая сила» является самым недооцененным активом России. В то время, когда другие страны наращивали потенциал «мягкой силы», Россия была занята восстановлением своей военной и экономической мощи. В виду этого нашей стране предстоит большая работа по формированию своей национальной концепции «мягкой силы». В этой связи нельзя не согласиться с высказыванием Г. Ю. Филимонова о том, что «эффективная политика в области — мягкой силы — дорогой продукт, требующий помимо финансирования продуманного использования совокупного потенциала российской нации, ответы на фундаментальные внутренние вопросы политической, социально-экономической и культурной действительности нашей страны» [Филимонов Г. Ю., 2012. с.408].

Таким образом, можно констатировать, что современная Россия повторяет все ошибки, совершенные США на этапе возрождения публичной дипломатии сразу после трагедии 11 сентября: увеличение количества каналов односторонней коммуникации при практически полном отсутствии системы диалога с зарубежными обществами. Соответственно, оптимизация российской коммуникации с зарубежными обществами должна включать в

себя создание такой системы, а также комплексное переосмысление публичной дипломатии как инструмента сотрудничества, основанного на двустороннем диалоге при активном вовлечении негосударственных акторов.

31 марта был опубликован Digital Diplomacy Rating 2016 – рейтинг 210 министерств иностранных дел по использованию инструментов цифровой дипломатии. МИД России занял в списке четвертое место, уступив только Великобритании, Франции и США. Рейтинг был подготовлен командой турецких исследователей на основе количественных и качественных данных, собранных с начала 2015-го по март 2016 год, и представляет собой, наверно, наиболее тщательную на данный момент оценку работу внешнеполитических ведомств в интернете. Высокое место России – это важное признание достижений российских дипломатов во всё ещё относительно новой для них сфере [Digital Diplomacy Rating 2016] (Приложение 12).

В контексте увеличения потенциала «мягкой силы» как фактора мирополитического влияния России у публичной дипломатии должны быть три задачи:

- 1) информирование зарубежной общественности о позиции российского государства и общества;
- 2) получение обратной связи от зарубежной общественности;
- 3) участие в выработке внешнеполитической позиции России с учетом мнения зарубежной общественности.

Первая задача отчасти реализуется благодаря увеличению финансирования публичной дипломатии, произошедшему в течение последнего десятилетия, возрождению старых и созданию новых инструментов внешней коммуникации («Russia Today», Фонд «Русский мир», РИА-Новости, «Голос России» и др.). Однако в системе публичной дипломатии по-прежнему практически полностью отсутствуют образовательные обмены и некоторые другие инструменты долгосрочного действия. Вторая и третья задачи сегодня де-факто не решаются. Между

тем без комплексной долгосрочной работы по созданию заслуживающей доверия репутации распространять информацию неэффективно, по причине того, что России часто не верят даже тогда, когда она права.

К очень важной тенденции можно отнести то, что при всех объективных преимуществах цифровых технологий, устно признавая важность интернета, на практике политики и чиновники продолжают видеть развитие цифровой дипломатии только в контексте рисков и угроз. Интернет воспринимается как канал распространения экстремизма и терроризма, навязывания чуждой идеологии и внешнеполитической пропаганды, как средство информационной войны. Однако обеспечение информационной безопасности не исключает использования Интернета как средства реализации внутренних и внешних целей государства.

- 1) Иногда даже сторонники и практики электронной дипломатии не могут избежать ошибок в использовании инструментов электронной дипломатии;
- 2) К сожалению, уровень коммуникативной культуры в блогосфере, Ttittersphere и в Интернете в целом оставляет желать лучшего. Анонимность и, как следствие, грубость и хамство в интернете все еще являются неизбежными рисками;
- 3) Взлом-это еще один риск, который существует с момента появления Интернета.

Как мы можем действовать, чтобы минимизировать риски, которые существуют до тех пор, пока существует Всемирная паутина? Очевидно, что распространение экстремизма и терроризма, кибератаки и просто человеческие ошибки неизбежно будут существовать, и изменение доступа в Интернет с фиксированного на мобильный, что происходит сейчас, будет только способствовать этому. Четкие правила, которым должны следовать организации, присутствующие в Интернете, и их эксперты, работающие с интернет-аудиторией, могут помочь снизить риски. Правила должны разрабатываться в рамках четкой стратегии работы в Интернете, согласно

которой работа должна быть регулярной, ответственные специалисты должны уметь представлять информацию таким образом, чтобы она привлекала внимание аудитории, вызывала интерес и желание продолжать диалог. Также важно попытаться спрогнозировать ответ на сообщение, которое появится в сети перед нажатием кнопки "Enter". В этом случае пример Twitter, который позволяет только 140 символов своим пользователям – “быть плотным в словах и просторным в мыслях”, является эталоном.

Можно сказать, что сегодня Интернет-пространство по интенсивности сравнимо с фронтом, важной стратегической линией, которая сулит большие преимущества тем, кто будет ее контролировать. Чтобы получить это преимущество, номинального присутствия в Интернете в виде наличия нескольких микроблогов в Twitter или пары страниц в Facebook недостаточно. Для использования этого преимущества необходимы стратегия и инструменты. Международная практика показывает, что уже накоплен внушительный Арсенал техник и методов цифровой дипломатии, которые могут быть использованы для решения внешнеполитических проблем.

Таблица 2

Интересы России в глобальном информационном пространстве

Интерес	Значимость
Обеспечение нормативно-правовой системы регулирования деятельности в киберпространстве и Интернете в частности	Жизненно важный
Проведение конкурентоспособной современной публичной дипломатии, способной не уступать США и ориентирующейся на внутреннюю и внешнюю аудиторию	Основной

Продолжение таблицы 2

Формирование самобытной и привлекательной идейно-цивилизационной концепции внутри- и внешнеполитического развития страны	Основной
--	----------

Разработка запасных проектов создания альтернативных и автономных информационно-коммуникационных систем, способных создать альтернативное интернет-пространство, объединяющее государства, которые отстаивают принципы суверенности и невмешательства	Второстепенный
---	----------------

Итак, Россия сегодня располагает огромным потенциалом для развития общественной дипломатии. Это и немалый международный авторитет отечественной науки и культуры, и накопленный с советских времен опыт, кадры и инфраструктура культурных центров по всему миру, и Русский мир - миллионы людей в ближнем и дальнем зарубежье, для которых привлекательны и притягательны Россия, русский язык и культура, которые испытывают человеческую потребность в поддержании связей с Россией и соотечественниками. Перед политической элитой и экспертным сообществом России сегодня стоит задача прийти к единому пониманию содержания, целей и возможностей публичной дипломатии. На следующем этапе нужно будет выработать на основе этого общего понимания комплексную стратегию, адаптировать существующие и создать новые механизмы, а также системы оценки их эффективности. Современная российская ситуация не уникальна. Для ее исправления важно лишь правильно воспользоваться накопленным собственным и зарубежным практическим и академическим опытом.

Важно отметить, что Министерство иностранных дел России располагает таким образовательным ресурсом, как дипломатическая Академия, одной из функций которой является подготовка и развитие российского дипломатического корпуса. Курсы цифровой дипломатии должны стать обязательным элементом образовательного процесса в Академии. Более того, если сотрудники центрального аппарата Министерства иностранных дел имеют возможность проходить обучение непосредственно в Академии, то сотрудники посольств и консульств должны иметь возможность обучаться в режиме онлайн в виде вебинаров.

Таким образом, цифровая дипломатия и Интернет-деятельность в целом могут серьезно усилить работу по разъяснению внешнеполитических позиций государства отечественной и зарубежной аудитории. Цифровые технологии могут быть особенно полезны в общественной дипломатии в области сбора и обработки информации, консульской деятельности, связи в чрезвычайных ситуациях и катастрофах.

Безусловно, цифровая дипломатия имеет свои риски, которые включают утечку информации, взлом и анонимность пользователей Интернета. Однако Международная практика показывает, что грамотное использование инструментов цифровой дипломатии может принести большие дивиденды инвесторам. Кроме того, цифровая дипломатия не всегда требует финансовых вложений. Напротив, она часто направлена на снижение затрат. Человеческий фактор-желание сотрудников расти, осваивать новые технологии, тратить часть своего рабочего времени на работу с целевой аудиторией Интернета, обработку электронных данных, создание информационных и справочных материалов – очень важен.

Тенденция такова, что возможности развития цифровой дипломатии ограничены отсутствием национальной информационно-коммуникационной стратегии, недостаточной подготовкой кадров и рядом рисков, присущих Интернету. Кроме того, необходимы инструменты для оценки эффективности используемых социальных сетей. Главное сейчас не количество "подписчиков", "лайков" и "твитов/ретвитов", а реальные показатели реакции аудитории на сообщения, изменения ее восприятия и того, как этому способствует дипломатия нового века. Цифровая дипломатия не заменит классическую дипломатию, но при умелом обращении этот инструмент может усилить работу государства в международных отношениях и внешней политике.

Заключение

Одним из актуальных явлений наших дней является публичная дипломатия, которая предполагает активную работу с общественным мнением и поддержанием с зарубежными целевыми аудиториями постоянного диалога. Такой формат общения невозможен без использования новых коммуникационных технологий.

В XXI в. публичная дипломатия стала значимым фактором в международной жизни для большинства развитых стран. Трансформация мировой системы, изменения в международной коммуникации способствовали к переосмыслению роли имиджа государств в реализации их национальных интересов. В связи с этим повысилась роль публичной дипломатии во внешнеполитической деятельности государств.

В условиях современных реалий, публичную дипломатию можно трактовать как процесс коммуникации с зарубежной общественностью посредством государственных и негосударственных игроков для осуществления косвенного влияния на общественное мнение и процессы принятия внешнеполитических решений в ином государстве. На протяжении веков прослеживалось применение государствами методов и приемов публичной дипломатии во внешней политике. Но лишь в XX в. происходили изменения в сторону осознанной государственной политики, которая имела обширную теоретическую, законодательную и материальную базы.

Таким образом, проведя исследование, можно утверждать, что публичная дипломатия – это только один из механизмов «мягкой силы», который в современном мире выступает важным и результативным инструментом внешней политики государства с одной стороны, и возможностью для гражданского общества скорректировать внешнюю политику и придать «человеческое лицо» официальной форме дипломатии - с другой. Публичная дипломатия также является ресурсом, площадкой для создания и распространения конструктивных идей, которые впоследствии могут с успехом быть взяты на вооружение на официальном государственном уровне.

Основная характеристика современного мирового процесса – глобализация, которая внесла существенные изменения в сферу международных отношений. В глобализирующемся мире публичная дипломатия превратилась в важнейший инструмент внешней политики страны.

Актеры международных отношений все больше внимания уделяют построению имиджа своей страны, так как вместе с экономической и военной мощью, положительный имидж является одним из важных критериев успеха государства в мировой политике.

Важно отметить, что публичная дипломатия осуществляется при помощи средства массовой информации и коммуникации, которые функционируют при государственной поддержке (полной или частичной). К ним можно отнести информационные программы, которые затрагивают принятие важных решений в сфере внутренней и внешней политики государства и формируют благоприятное общественное мнение и положительный образ страны за рубежом [Шершнева И. Л. 2009, с.4].

В исследовании установлены различные цели публичной дипломатии, главной из которых является продвижение национальных интересов того или иного государства.

Можно утверждать, что на сегодняшний день, публичная дипломатия – это весьма значимая коммуникационная дисциплина, поскольку обладает возможностью преобразования мира и применение внешней политики без военных действий, достигая поставленных целей благодаря диалогу.

С целью наращивания мягкой власти в России следует организовать структуру публичной дипломатии, которая могла бы комбинировать традиционные принципы и новые маркетинговые подходы для влияния на зарубежную аудиторию в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

На данный момент, Россия имеет своих сторонников в вопросах политической идеологии и продвигаемых принципов на мировой арене. К ним относятся не только страны СНГ, а также с недавнего времени- Китай и

другие страны БРИКС. Преимущественно, в данных регионах стала активно продвигаться мягкая сила РФ. Рассмотрим несколько аспектов политики, проводимой США, которые могли бы быть применены в российской публичной дипломатии. В первую очередь, это – привлечение неформальных акторов в систему реализации мягкой силы. То есть, представители российской культуры и СМИ должны лучше поощряться со стороны государства при распространении продуктов творчества на внешний рынок. Во-вторых, критика американской мягкой силы при Дж. Буше младшем основывалась на сглаживании ее результатов за счет участия США в вооруженных конфликтах. Итак, Россия должна применять на практике концепцию «умной силы», при которой «мягкие» и «жесткие» методы не противоречат гармоничной внешней политике государства. В-третьих, постепенное увеличение радиуса государств-объектов российской мягкой силы, что приведет к некой унификации ее принципов и добавление элементов «массовости»; однако в этом случае важно придерживаться выбранных консолидирующих идей и не обращаться к «агрессивной» мягкой силе, угнетающей коренную культуру государств.

В рамках данной работы было проведено исследование, посвящённое активности ведущих политических деятелей РФ и США, которое показало, что российских политики отстают от американских в плане количества подписчиков, количества публикуемых постов в день, кроме того значительная часть не имеет даже собственной официальной страницы в социальных сетях.

Современная российская публичная дипломатия оптимизирована под решение тактических задач. При сегодняшнем уровне концептуализации целей и развития институтов стратегические задачи она решать не способна. Для успеха на этом уровне необходимы меры, направленные на систематизацию и институционализацию этого направления государственной политики:

- 1) углубленное систематическое изучение отношения к России;

2) создание института, координирующего публичную дипломатию государственных структур, деятельность НПО и делового сообщества;

3) развитие действующих и создание новых программ публичной дипломатии, ориентированных, в первую очередь, на долгосрочное действие.

Развитие России требует сочетания различных ресурсов внешнеполитического влияния, а также требуется применение мягкой власти государства одновременно с военным и экономическим потенциалом. Сейчас российское руководство занимается активизацией и развитием публичной дипломатии наряду с работой по воссозданию вооруженных сил и стимулированию экономического роста. Инвестиции в РИА-Новости, создание зарубежного телевидения Russia Today, контракт с западным пиар-агентством Ketchum, создание фонда «Русский мир», борьба за Олимпийские Игры в Сочи и т.д. - все это последовательные шаги Москвы по усилению «мягкой власти». Оглядываясь назад, перечисленные выше меры можно назвать относительно успешными, однако сегодня представляется, что российская политика на этом направлении нуждается в концептуальной основе и системном подходе, позволяющем видеть как единое целое объекты публичной дипломатии (аудитории), субъекты (задействованные государственные и негосударственные институты), цель (усиление мягкой власти) и средства (инструменты публичной дипломатии) [Долинский А.В. 2010].

Таким образом, цель, поставленная в данном исследовании, была реализована путем решения ряда задач, но на этом оно не исчерпывается, так как существуют дальнейшие перспективы развития данной проблемы.

Список использованных источников и литературы

Источники

1. Большой Энциклопедический словарь., 2000, с. 1456
2. ВКонтакте напомнили о мерах безопасности своим пользователем в Турции» 2016. URL: <https://tjournal.ru/31429-vkontakte-i-odnoklassniki-napomnili-o-merah-bezopasnosti-svoim-polzovatelyam-v-turcii-i-nicce> (дата обращения: 09.02.18)
3. Выступление В.В. Путина на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России // Официальный сайт Президента России.2004. URL: <http://archive.kremlin.ru/text/appears/2004/07/74399> (дата обращения:18.01.18)
4. Гегель Г.В.Ф., Философия права, 1990, с. 352
5. Дмитрий Медведев провёл встречу с сотрудниками Министерства иностранных дел. 2012. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/14470> (дата обращения: 17.01.18)
6. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, 2000 // Официальный сайт Совета безопасности РФ.URL: <http://www.scrf.gov.ru/documents/6/5.html> (дата обращения: 13.05.18)
7. Закон РФ «О государственной тайне». ст. 13, 1993. URL: <http://fzrf.su/zakon/o-gosudarstvennoj-tajne-n-5485-1/st-13.php> (дата обращения: 12.12.17)
8. Запуск новых стикеров на канале МИД РФ в @Telegram по случаю Дня дипломата. 2016. URL: https://twitter.com/MID_RF/status/830010068687003651 (дата обращения: 16.04.18)
9. Имидж России подправят печатью. Коммерсант.ru. 2006. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/714165> (дата обращения: 11.12.17)
10. Интервью статс-секретаря – заместителя Министра иностранных дел России Г. Б. Карасина журналу «Свободная мысль» № 12, 2010 г. URL:

- http://www.mid.ru/bdomp/brp_4.nsf/6a5f93a9%206aa86373c3256f6d00540599/25c601b45628acd4c3257824002b6fe4!OpenDocument (дата обращения: 20.12.2017)
11. Каналы RT на YouTube набрали рекордные два миллиарда просмотров// РИА Новости. 2014. URL:<http://ria.ru/society/20141216/.html> (дата обращения: 01.04.18)
 12. Конституция Российской Федерации, 2016, гл. 2, ст.29
 13. Конституция Российской Федерации// Закон РФ о Средствах массовой информации, 2016, ст. 47-48
 14. Концепция внешней политики 2008г. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/news/785> (дата обращения: 18.04.18)
 15. Концепция внешней политики Российской Федерации // Официальный сайт МИД России 2000. URL: <http://archive.mid.ru/B1.nsf/arh> (дата обращения: 26.34.18)
 16. Международная медиагруппа МИА «Россия сегодня» // РИА Новости. URL: <http://ria.ru/spravka/20151209/1337643933.html> (дата обращения: 28.03.18)
 17. МИД РФ: Примеры публикаций, тиражирующих недостоверную информацию о России. 2017. URL: <http://www.mid.ru/nedostovernie-publikacii> (дата обращения: 06.04.18)
 18. Накануне Всемирной конференции соотечественников глава МИДа Сергей Лавров дал эксклюзивное интервью «РГ». 2008. URL: <http://www.rg.ru/2008/10/30/lavrov.html> (дата обращения: 15.12.2017)
 19. Официальная страница Д. Трампа в Твиттере. URL:<https://twitter.com/POTUS> (дата обращения 12.04.18)
 20. Официальная страница МИД РФ в Твиттере. URL: https://twitter.com/mid_rf (дата обращения: 20.03.18)
 21. Официальная страница МИД РФ на Фейсбуке. URL: <https://www.facebook.com/MIDRussia> (дата обращения: 20.03.18)

22. Официальная страница МИД РФ на Ютубе. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCrVo0BXjiUIZ-YylYF8oNhg> (дата обращения: 20.03.18)
23. Официальный аккаунт Госдепа в Твиттере. URL: <https://twitter.com/statedept> (дата обращения: 09.01.18)
24. Официальный аккаунт МИДа РФ в Инстаграме. URL: <https://www.instagram.com/mid.rus/> (дата обращения: 23.03.18)
25. Официальный канал МИД РФ на YouTube. URL: <https://www.youtube.com/midrftube> (дата обращения: 15.04.18)
26. Официальный сайт Российской Ассоциации Международного Сотрудничества. URL: <http://rams.org.ru/> (дата обращения: 03.02.18)
27. Официальный twitter-аккаунт Министерства иностранных дел РФ. URL: https://twitter.com/mfa_russia (дата обращения: 14.04.18)
28. Поиск твитов по хэштегу- #RussiansDidIt в Твиттере. 2018 URL: <https://twitter.com/search?q=%23russiansdidit> (дата обращения: 05.04.18)
29. Правительственные аккаунты РФ Затроллили США и Великобританию в Твиттере. Business Insider. 2017. URL: <http://www.businessinsider.com/russian-embassy-twitter-troll-western-leaders-2017-11> (дата обращения: 09.04.18)
30. Путин В. В. Россия и меняющийся мир // Российская газета. 2012. URL: <http://www.rg.ru/2012/02/27/putin-politika.html> (дата обращения: 15.12.2017)
31. Путин рассказал, можно ли его найти в соц сетях. 2017. URL: https://rueconomics.ru/263003-putin-rasskazal-mozhno-li-naiti-ego-v-socsetyah#from_copy (Дата обращения: 05.04.18)
32. Россия и меняющийся мир// Российская газета. 2012. №45. URL: <http://www.rg.ru/2012/02/27/putin-politika.html> (дата обращения: 20.01.18)

33. Россия направляет посольства в Твиттер: МИД РФ начнет применять «мягкую силу» // Газета Коммерсантъ. 2012. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1981536> (дата обращения: 12.02.18)
34. Россотрудничество презентует доработанную концепцию «мягкой силы», а также займется привлечением иностранных туристов в Россию. 2012 URL: www.russkie.org/index.php?module=fullitem&id=32965 (дата обращения: 19.04.18)
35. Стратегия национальной безопасности 2020. URL: <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html> (дата обращения: 10.01.18)
36. Стратегия национальной безопасности США 2010. URL: http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/rss_viewer/national_security_strategy.pdf (дата обращения 12.03.18)
37. Указ Президента РФ «О мерах по повышению эффективности деятельности государственных СМИ» // Официальный сайт Президента России. 2013. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/19805>
38. Указ Президента РФ «О создании фонда «Русский мир», 2007 // Российская газета // <http://www.rg.ru/2007/06/23/fond-dok.html>
39. Указ Президента РФ от 21 июня 2007 г. «О создании фонда «Русский мир» // Российская газета. URL: <http://www.rg.ru/2007/06/23/fond-dok.html> (дата обращения: 03.12.17)
40. Указ Президента РФ от 6 сентября 2008 г. «О некоторых вопросах государственного управления в области международного сотрудничества» // Официальный сайт Президента России. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/28020> (дата обращения: 12.02.18)
41. Указ Президента РФ от 9 декабря 2013 г. «О мерах по повышению эффективности деятельности государственных СМИ» // Официальный сайт Президента России. //Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/19805>

42. Digital Diplomacy Rating 2016. URL: <http://digital.diplomacy.live/ddr17/> (дата обращения: 26.03.18)
43. Nye J, Smarter, More Secure America //Report of the Center for Strategic and International Studies, 2007
44. Nye J., Bound and Lead: The Changing Nature of American Power, 1990
45. Nye Joseph, Soft Power: The Means to Success in World Politics, 2004
46. Nye Jr., Soft Power, 2004, p.17
47. President Woodrow Wilson's 14 Points, 1918. URL: <http://www.ourdocuments.gov/docjargejimage.php> (дата обращения: 21.04.18)
48. US Office of the Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs: Strengthening U.S. Engagement with the World / A strategic approach for the 21st century. 2017. URL: http://mountainrunner.us/files/dos/PD_US_World_Engagement.pdf
49. US Office of the Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs: Strengthening U.S. Engagement with the World / A strategic approach for the 21st century

Литература

50. Барышников Д.Н., Костюк Р.В., Ткаченко С.Л. Эффективность дипломатии. 2009, с.7
51. Бирюков Н.И., Глаголев В.С., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., межкультурная коммуникация в условиях глобализации, 2008, с.12
52. Бобров А.Н. Потенциал креативности в социальных практиках российского института публичной дипломатии, 2016, с. 34
53. Бовин А. Ведущие тенденции международных отношений. Международная жизнь. 2004. № 4. С. 172

54. Богатуров А.Д., Системная история международных отношений в четырех томах, 2000, с. 49
55. Бурлинова Н., Публичная дипломатия России: практика и проблемы становления. Вестник аналитики. 2014, №3, с. 35
56. Быков О.Н. Международные отношения. Трансформация глобальной структуры, 2003. С. 573
57. Веснин А.В., Технологии формирования общественного мнения, 2016, с.2
58. Долинский А.В. Зарубежное вещание на службе у государства// Космополис, №1, 2008. URL: http://www.intelros.ru/pdf/cosmopolis_01_2008/07.pdf (дата обращения 08.03.18)
59. Долинский А.В. Практические вопросы оптимизации российской публичной дипломатии. 2010, с. 127
60. Звягина Д. А. Роль сотрудничества в применении «мягкой силы» Российской Федерации, 2013. № 3. Ч. II. С. 113
61. Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы. 2012 URL: <http://mgimo.ru/about/news/experts/226467/> (дата обращения: 24.02.18)
62. Зонтова Т., Публичная дипломатия и ее акторы. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=681 (дата обращения: 84.02.18)
63. Кубышкин А.И., Цветкова Н.А., Публичная дипломатия США, 2013, с.52
64. Лебедева М.М. Теоретические школы в международных исследованиях. Либерализм и неолиберализм, 2003, с. 25
65. Лебедева О., Особенности института публичной дипломатии в России // Международная жизнь, 2015, № 6, с. 49
66. Лукин А.В., Публичная дипломатия: государственная пропаганда или гражданская инициатива// Дипломатический ежегодник, 2012, с. 57-58
67. Макарычев М., МИД выходит в «Твит»// Российская газета, 2011, №5515

68. Манжулина О.А. Публичная дипломатия США, 2005. С. 17
69. Мещеряков И.В. Государственная информационная политика как элемент системы национальной безопасности // Молодой ученый. 2016. №1. С. 553
70. Мещеряков Т.В., Окольнишникова И.Ю., Никифорова Г.Ю. // Бренд как коммуникативный капитал // Проблемы современной экономики. №1. 2011
71. Мкртумян М. Г. Публичная дипломатия // Молодой ученый. 2016. №5. С. 576
72. Нейматова А.Я. Новая публичная дипломатия и новые коммуникационные технологии в работе МИД России. // Вестник российской нации. 2012. №4. С. 235.
73. Никифорова Г.Ю., Мазуренко А.В.// Брендинг и публичная дипломатия как факторы устойчивого развития территории в условиях глобализации// Проблемы современной экономики, №2, 2013, с. 188
74. Никольсон Г., Дипломатия// Перевод с англ. яз., под ред. И Трояновского А.А., 1941, с. 101. URL: <http://scilib.narod.ru/Other/Nickolson/Diplomacy.htm> (даты обращения: 19.02.18)
75. Павленко В.В. Роль социальных сетей в социальных и политических технологиях 2012, с.46
76. Панова Е.П. «Мягкая власть» как способ воздействия в мировой политике. 2011. С. 157
77. Панова Е.П. Высшее образование как потенциал мягкой власти государства // Вестник МГИМО- Университета. 2011. № 2. С. 161
78. Панова Е.П. Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике. 2010. С. 91
79. Панова Е.П. Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике // Вестник МГИМО-Университета. 2010. №4. С. 91-97

80. Родькин П.//Визуальная политика// Фирменный стиль России, 2007. с.22
81. Сеидов В. Г. От традиционной дипломатии к публичной дипломатии. 2002, с. 23
82. Соловьев А.И., Политология: Политическая теория, политические технологии, 2006, с. 206
83. Толстых В.И. Грани глобализации: трудные вопросы современного развития, 2003, с.384
84. Торкунов А.В. Образование как инструмент «мягкой силы» во внешней политике России 2013, с. 21
85. Торкунов А.В. Современные международные отношения и мировая политика. 2004. С.405
86. Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США, 2010. С.149
87. Филимонов Г. Ю. Культурно-информационные механизмы внешней политики США. Истоки и новая реальность, 2012. с.408
88. Хмылев В.Л., Современные международные отношения: учебное пособие, 2010, с7 33
89. Цветков А.Ю. Публичная дипломатия как ресурс внешней политики: проблема эффективности. 2010, с.2
90. Цветкова Н.А. Программы WEB 2.0. в публичной дипломатии США // США и Канада: политика, экономика и культура. 2011. № 3. с.11
91. Черненко Е.// Коммерсант.ru. Происхождение твитов. 2013. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2139925> (дата обращения: 19.04.18)
92. Шершнева И. Л., Формирование нового мирового порядка в эпоху глобализации, 2009, с.11
93. Cowan G., Arsenault A. Moving from Monologue to Dialogue to collaboration: the three layers of public diplomacy// 2008. P. 30
94. Dutta-Bergman M.J. US Public Diplomacy in the Middle East // Journal of Communication Inquiry. 2003., N 2.

95. Edward R., What is Public Diplomacy, The Fletcher School. 2004, p. 5
96. Evans J., Spinning Russia //Foreign Policy. 2012. URL: <http://foreignpolicy.com/2005/12/01/spinning-russia> (дата обращения 20.04.18)
97. How the Russian Embassy in London uses Twitter to undermine the West& The Washington Post. 2017. URL: https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/04/12/how-the-russian-embassy-in-london-uses-twitter-to-undermine-the-west/?noredirect=on&utm_term=.b5b1994013c2 (дата обращения 05.04.18)
98. Leonard M., Public Diplomacy, 2002. p. 7
99. Malone G.D., Organizing the Nation's Public Diplomacy, Boston: University Press of America, 1988, p. 1
100. Nicholas S., «Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase», 2009, p. 20
101. Osipova E., 'Rusification' of 'Soft Power': Transformation of a Concept // Exchange Journal of Public Diplomacy. 2014. URL:https://www.academia.edu/9638758/Russification_of_Soft_Power_Transformation_of_a_Concept (дата обращения: 16.04.18)
102. Rapid-growth Markets Soft Power Index, Ernst & Young in Collaboration with Moscow School of Management, 2012, p. 6-9
103. Robert M. Entman, Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy, and Philip Seib, Real-Time Diplomacy. Politics and Power in the Social Media Era, 2012
104. RT на третьем месте после BBC News и SkyNews Телеканал& URL: <https://russian.rt.com/article/79840> (дата обращения 09.03.18)
105. RT набрал рекордные для новостных каналов 3 млрд просмотров на YouTube // <http://sdelanounas.ru/blogs/71086/>
106. Tara D., Sonenshine, interview by author, November 1, 2012, p.3

107. The American president with a laudable desire // Times. 15 January, 1856, p. 6
108. Wang J., Managing international reputation and international relations in the global era: Public diplomacy Revisited . 2006, p. 92
109. Welch David, Powers of Persuasion, History Today, 1999, p. 24

Приложения

Приложение 1

Глоссарий

1. Блогер – это человек, который ведет собственный электронный дневник.
2. Брендинг – это проекция идентичности, целью которой является формирование имиджа страны таким образом, чтобы она выгодно выделялась на фоне других.
3. Брифинг – это короткая встреча экономических, политических и культурных деятелей.
4. Дипломатия – это официальная деятельность глав государств, правительств и специальных органов внешних сношений по осуществлению целей и задач внешней политики государства, а также по защите интересов государства за границей.
5. Информационная безопасность – состояние защищенности личности, организации и государства и их интересов от угроз, деструктивных и иных негативных воздействий в информационном пространстве;
6. Информационная политика – это организация и управление внутренними и внешними потоками информации с целью адекватного информационного обмена между социальными организациями и их общественностью.
7. Кибербезопасность – это совокупность условий, при которых все составляющие киберпространства защищены от максимально возможного числа угроз и воздействий с нежелательными последствиями.
8. Мем – это нечто или некто, ставшее популярным во всемирной паутине, и ставшее предметом массового хайпа, и выраженное в виде картинки или фотографии с подписью.

9. Микроблог – это форма блоггинга, которая позволяет пользователям писать короткие текстовые заметки (обычно менее, чем 200 символов) и публиковать их.
10. Мягкая сила – комплекс инструментов и методов достижения внешнеполитических целей без применения оружия, а за счет информационных и других рычагов воздействия.
11. Пропаганда – это внушение, распространение взглядов или идей с определенной целью.
12. Публичная дипломатия – это комплекс мер, используемых официальной дипломатией, направленных на изучение и информирование зарубежной массовой аудитории, а также влияние на общественное мнение за рубежом с учетом собственных государственных интересов.
13. Соцсети – это платформа, онлайн-сервис и веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете.
14. Стикеры — это картинки (наклейки), которыми можно выражать свои эмоции.
15. Твипломаси – расширение публичной дипломатии путем пополнения общением в социальных сетях.
16. Твипломаты – внешнеполитические ведомства, президенты, премьеры, министры, главы внешнеполитических ведомств, послы, использующие социальные сети.
17. Твитпломатия – ведение блогов и страничек в социальных сетях.
18. Троллинг – это форма социальной провокации или издевательства в сетевом общении, использующаяся как персонифицированными участниками, заинтересованными в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, так и анонимными пользователями без возможности их идентификации
19. Фейковые новости – это новости, которые не являются достоверными.
20. Фолловеры – это подписавшиеся пользователи на ту или иную страницу.

21. Хэштег – это точное ключевое слово, которое регламентирует тему размещаемого поста.
22. Цифровая дипломатия — это способ коммуникативного влияния на международную ситуацию и зарубежную аудиторию посредством новых технологий (блоги, специальные сайты: Facebook, Twitter, YouTube, рассылка), которые продвигаются в зарубежных странах.

Отличие понятий «Публичная дипломатия» и «мягкая сила»

	«Новая публична дипломатия»	«мягкая сила»
Цель	Правящая элита России, общественное мнение должны «изменить свою политику»	Правящая элита, общество должны разделить ценности западной ЛЧЦ, то есть учесть западные ценности
Средства	Весь спектр силовых (политических, военных, экономических и иных) средств	Информационно-гуманитарное воздействие
Способ	Системность, комплексность, сетцентричность	Подражательность
Объекты воздействия	Представители правящей элиты и общества (по сетцентрическому принципу)	Оппозиция (массовое влияние)
Агенты	Широкий спектр внешних и внутренних сил, включая экстремистские и террористические организации, весь набор НПО и СМИ	Некоторые НПО, СМИ, сетевые СМИ
Основные этапы	Формирование устойчивых групп представителей оппозиции в правящей элите, сетевые СМИ	Формирование симпатантов в обществе, некоторых НПО

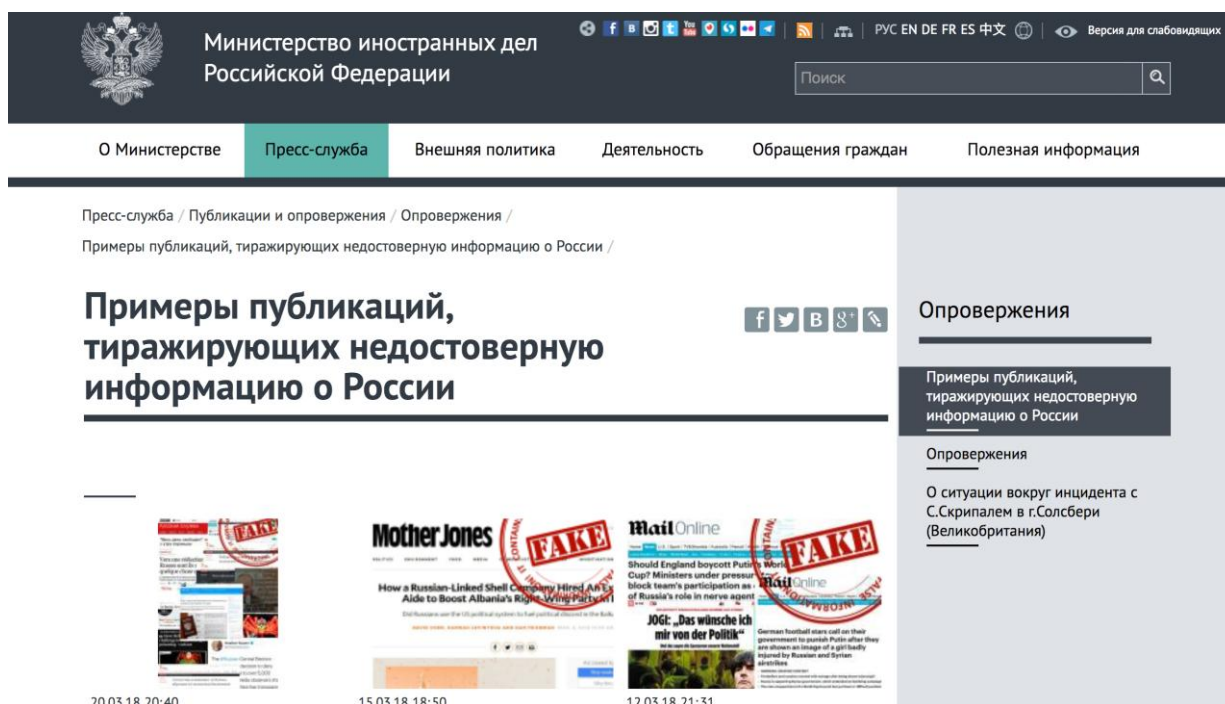
Сферы публичной дипломатии



Изменение роли и значения публичной дипломатии в XXI в.

Главные проблемы публичной дипломатии во второй половине XX века	Главные проблемы публичной дипломатии в начале XXI века
<ul style="list-style-type: none"> — Дестабилизация внутривнутриполитической ситуации в социалистических странах — Продвижение системы ценностей западной ЛЧЦ — Формирование оппозиции внутри социалистического блока 	<ul style="list-style-type: none"> — Дезорганизация государственного управления, отказ от суверенной внешней и внутренней политики — Смена системы ценностей и представлений о национальных интересах — Смена политических элит на контролируемые со стороны западной ЛЧЦ
Основные ресурсы	Основные ресурсы
<ul style="list-style-type: none"> — Государственные средства внешней политики, СМИ и специальные средства — Поддержка групп оппозиции в социалистических и развивающихся странах 	<ul style="list-style-type: none"> — Масштабное использование государственных, частных и общественных ресурсов, всех СМИ, специальные средства не только разведсообществ, но и других министерств (МО, финансов и так далее) и ведомств — Создание специальных сил и групп внутри противостоящих сообществ, способных вести силовую, в т.ч. вооруженную борьбу
Стратегия	Стратегия
<ul style="list-style-type: none"> — Пропагандистско-информационная обеспечение внешнеполитической стратегии США и стран НАТО 	<ul style="list-style-type: none"> — Сетецентрическая стратегия, предполагающая интеграцию всех средств публичной дипломатии с силовыми и вооруженными средствами коалиции западной ЛЧЦ

Раздел на сайте МИД РФ опровержение публикаций с недостоверной информацией



Официальный аккаунт МИД РФ в Твиттере



MFA Russia  

@mfa_russia

Official twitter-account of the Ministry of Foreign Affairs of Russia  | Visit country's account [@Russia](#) | По-русски [@MID_RF](#) | Cuenta en Español [@MAE_Rusia](#)

📍 Russia

🌐 [mid.ru](#)

📅 Дата регистрации: февраль 2011 г.

[Твитнуть](#)

🖼️ 6 526 Фото или видео

Твиты 33,9 тыс. Читаемые 1 227 Читатели 183 тыс. Нравится 6 923 Списки 20

Твиты Твиты и ответы Медиа

🔄 MFA Russia  ретвитнул(а)

Russian Mission OSCE  @RF_OSCE · 20 анп.

[#Lavrov](#): We have very good, strong traditions in [#Russia](#) - [#Austria](#) relations. We have been cooperating very closely w/ [@sebastiankurz](#) on many issues, including the OSCE, where Austria presided last year [mid.ru/en/foreign_pol...](#)

🌐 Язык твита: английский



Официальный аккаунт МИД РФ в Инстаграме



Официальный аккаунт Госдепа США в Твиттере

Department of State ✓
@StateDept

Welcome to the official U.S. Department of State Twitter account.

📍 Washington, DC
🌐 state.gov
📅 Дата регистрации: октябрь 2007 г.

Твиты 54,6 тыс. Читаемые 442 Читатели 5,04 млн Нравится 19 Списки 6

Твиты Твиты и ответы Медиа

↻ Department of State ретвитнул(a)

USA darFarsi ✓ @USAdarFarsi · 18 anp.
How does [#Iranian](#) regime's support for [#terrorism](#) affect the [#economy](#) and the livelihoods of ordinary Iranian people at home?
go.usa.gov/xQDG2 (English)
go.usa.gov/xQDGB (Persian)

🗣 Язык твита: английский

Официальный аккаунт Госдепа США в Инстаграме



Официальная страница Д. Трампа в Твиттере



President Trump ✓
@POTUS

45th President of the United States of America, @realDonaldTrump. Tweets archived: [wh.gov/privacy](https://www.whitehouse.gov/privacy)

Washington, D.C.

[WhiteHouse.gov](https://www.whitehouse.gov)

Дата регистрации: январь 2017 г.

[Твитнуть](#)

[190 фото или видео](#)

Твиты 2 673 Читатели 40 Читатели 23,1 млн Нравится 104

Твиты Твиты и ответы Медиа

President Trump ретвитнул(а)

Donald J. Trump ✓ @realDonaldTrump · 10 мин.

Remember how badly Iran was behaving with the Iran Deal in place. They were trying to take over the Middle East by whatever means necessary. Now, that will not happen!

Перевести твит

1,7 тыс. 2,0 тыс. 7,2 тыс.

President Trump ретвитнул(а)

Donald J. Trump ✓ @realDonaldTrump · 60 мин.

China and the United States are working well together on trade, but past negotiations have been so one sided in favor of China, for so many years, that it is hard for them to make a deal that benefits both countries. But be cool, it will

ДИП теперь проводит онлайн-трансляцию ежедневных брифингов официального представителя МИД России М.В.ЗАХАРОВОЙ и некоторые пресс-конференции министра на трёх платформах: в Перископе, Фейсбуке и ВКонтакте



Рейтинг министерств иностранных дел по использованию инструментов цифровой дипломатии.

DIGITAL DIPLOMACY REVIEW 2016 #DDR16

	RANK	MFA	SCORE	RATE
	1	United Kingdom	66,70	BB++
	2	France	66,49	BB++
	3	United States	65,45	BB+
	4	Russia	56,08	B+
	5	EU	55,75	B-
	6	Vatican	53,30	B--
	7	India	52,71	B--
	8	Israel	51,31	CCC++
	9	Mexico	50,09	CCC++
	10	Switzerland	49,26	CCC+
	11	Ukraine	48,81	CCC+

Авторы Business Insider собирали «примеры, как российские правительственные аккаунты затроллили США и Великобританию в Твиттере»



Russian Embassy, UK 
@RussianEmbassy



It's like epidemic, or fashion? in the West with everybody claiming being hacked by Russia.

7:15 PM - Feb 12, 2017

❤ 2,104 💬 1,539 people are talking about this



Russian Embassy, UK 
@RussianEmbassy



Good morning! (Location: Kerzhenets wildlife reserve. Photo by Aleksey Levashkin)

2:00 PM - Jan 11, 2017

❤ 1,954 💬 1,308 people are talking about this



Russian Embassy, UK ✓

@RussianEmbassy



Commemorating WW1 centenary: spectacular Russian poster art from 1915

10:03 PM - Nov 26, 2015

♥ 1,847 💬 3,605 people are talking about this

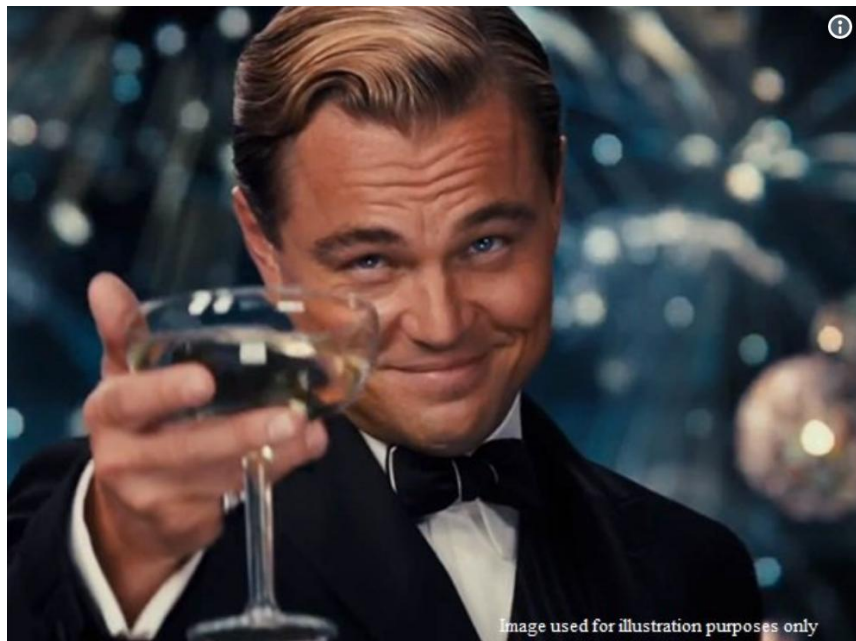


Image used for illustration purposes only



Russian Embassy, UK ✓

@RussianEmbassy



To really special people like @LouiseMensch and @funder who keep telling the world that @POTUS is a Russian puppet.

2:59 PM - Apr 10, 2017

♥ 6,151 💬 4,606 people are talking about this



Russian Embassy, UK ✓

@RussianEmbassy



In today's papers: pundits call on @Theresa_May to disrupt possible Russia-US thaw. No trust in Britain's best friend and ally?

5:48 PM - Jan 9, 2017

♡ 8,003 💬 6,461 people are talking about this



David Cameron ✓

@David_Cameron



Follow

The Labour Party is now a threat to our national security, our economic security and your family's security.

RETWEETS
1,726

FAVORITES
1,307



8:55 PM - 13 Sep 2015



Russian Embassy, UK ✓

@RussianEmbassy



Just imagine UK media headlines if Russian President called a leading opposition party threat to national security?

8:05 PM - Sep 14, 2015

♡ 5,390 💬 10.6K people are talking about this





LAME



Russian Embassy, UK 

@RussianEmbassy

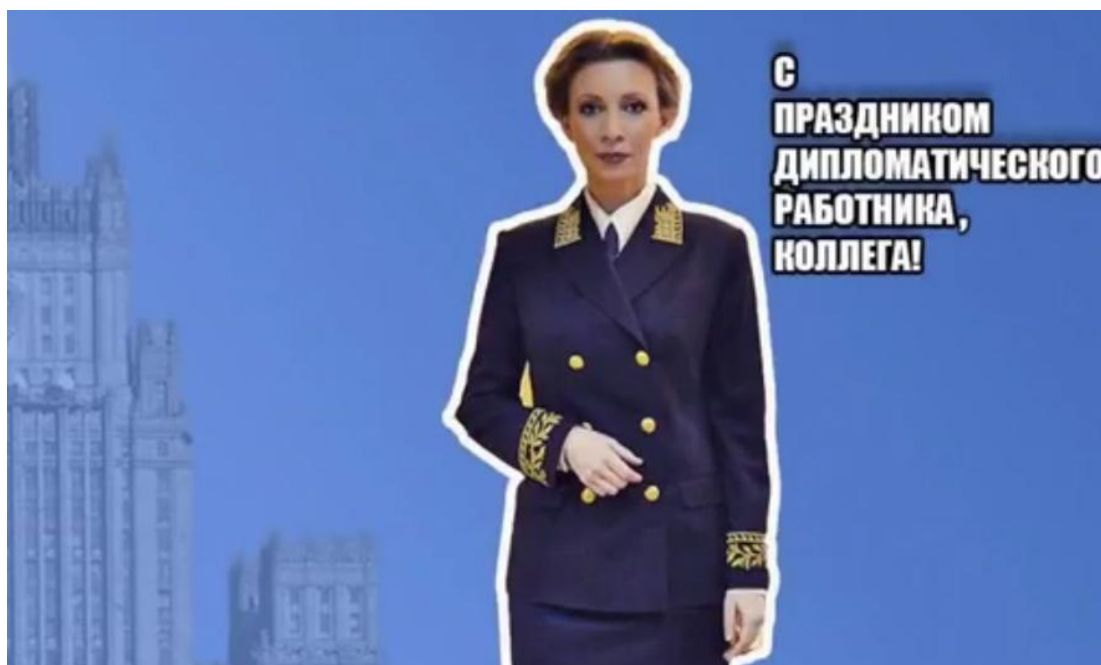
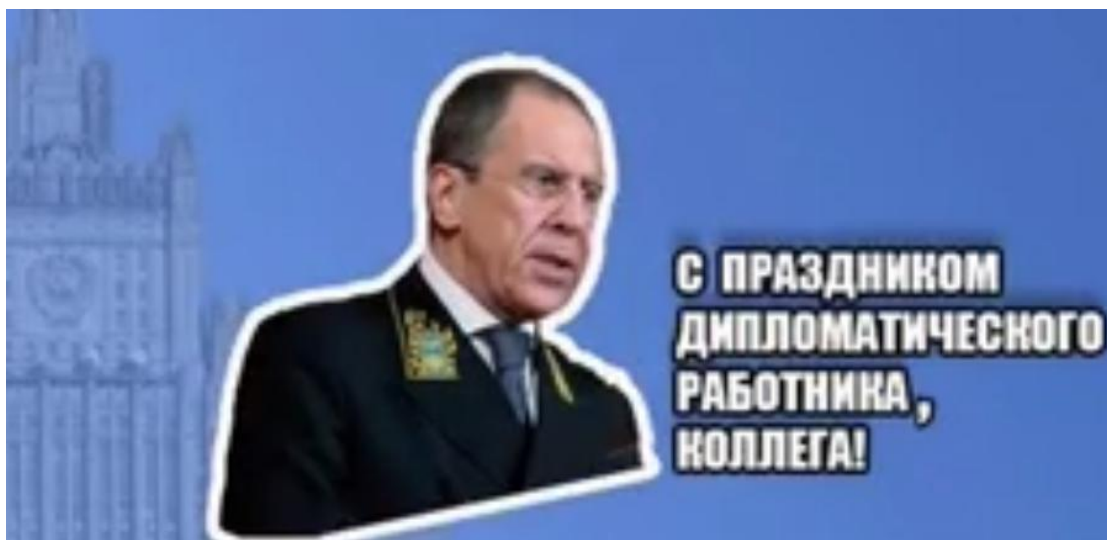


President Obama expels 35  diplomats in Cold War deja vu. As everybody, incl  people, will be glad to see the last of this hapless Adm.

1:09 AM - Dec 30, 2016

♡ 24.6K 💬 24.7K people are talking about this

МИД также выпустил два самодельных набора стикеров для Телеграма с картинками в стиле мемов на тему российской дипломатии.





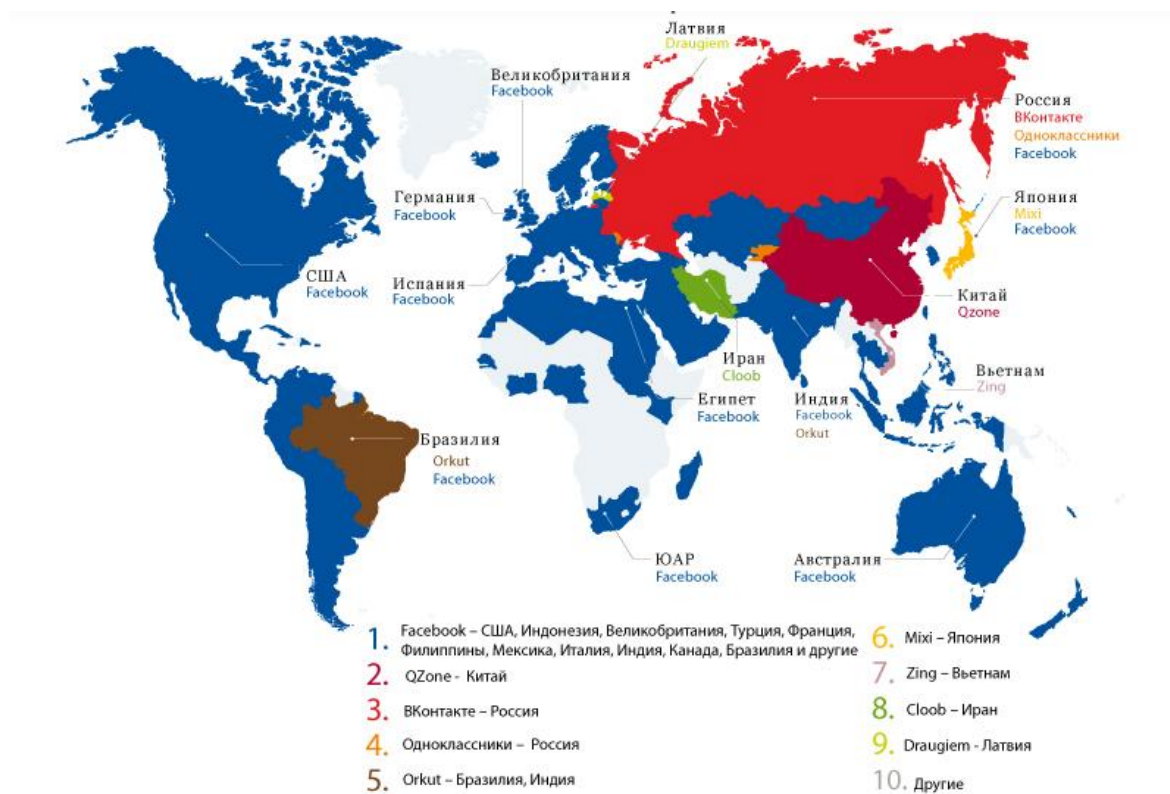
Финансирование США в сфере публичной дипломатии на вещание в
России за 2016г.



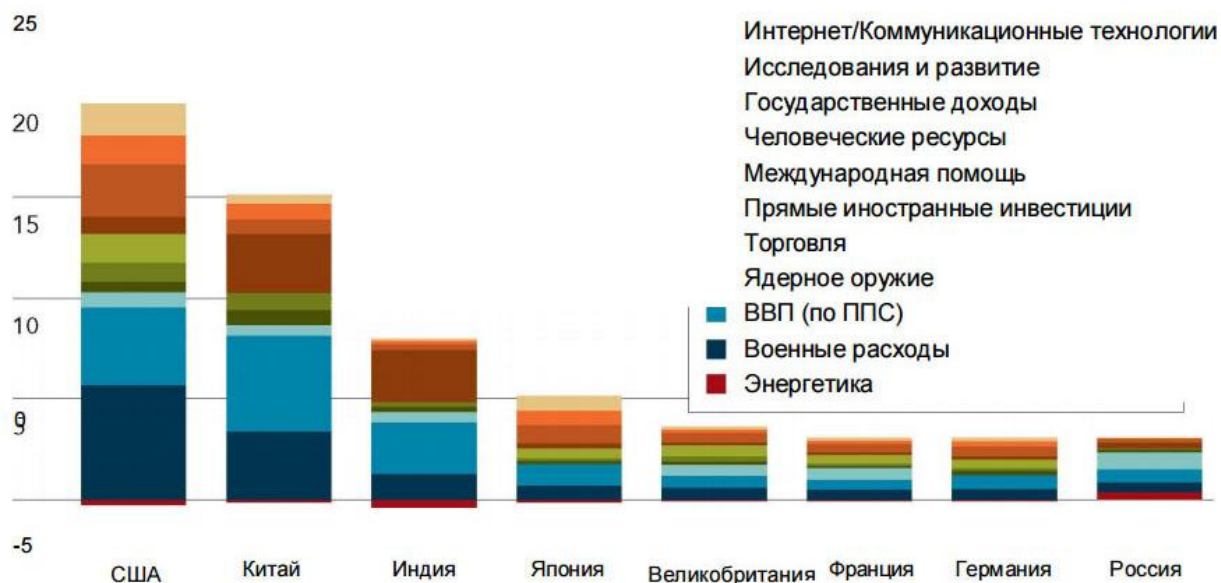
Рейтинг эффективности государств в сфере использования интернет-сервисов для продвижения внешнеполитических взглядов и влияния на общественное мнение



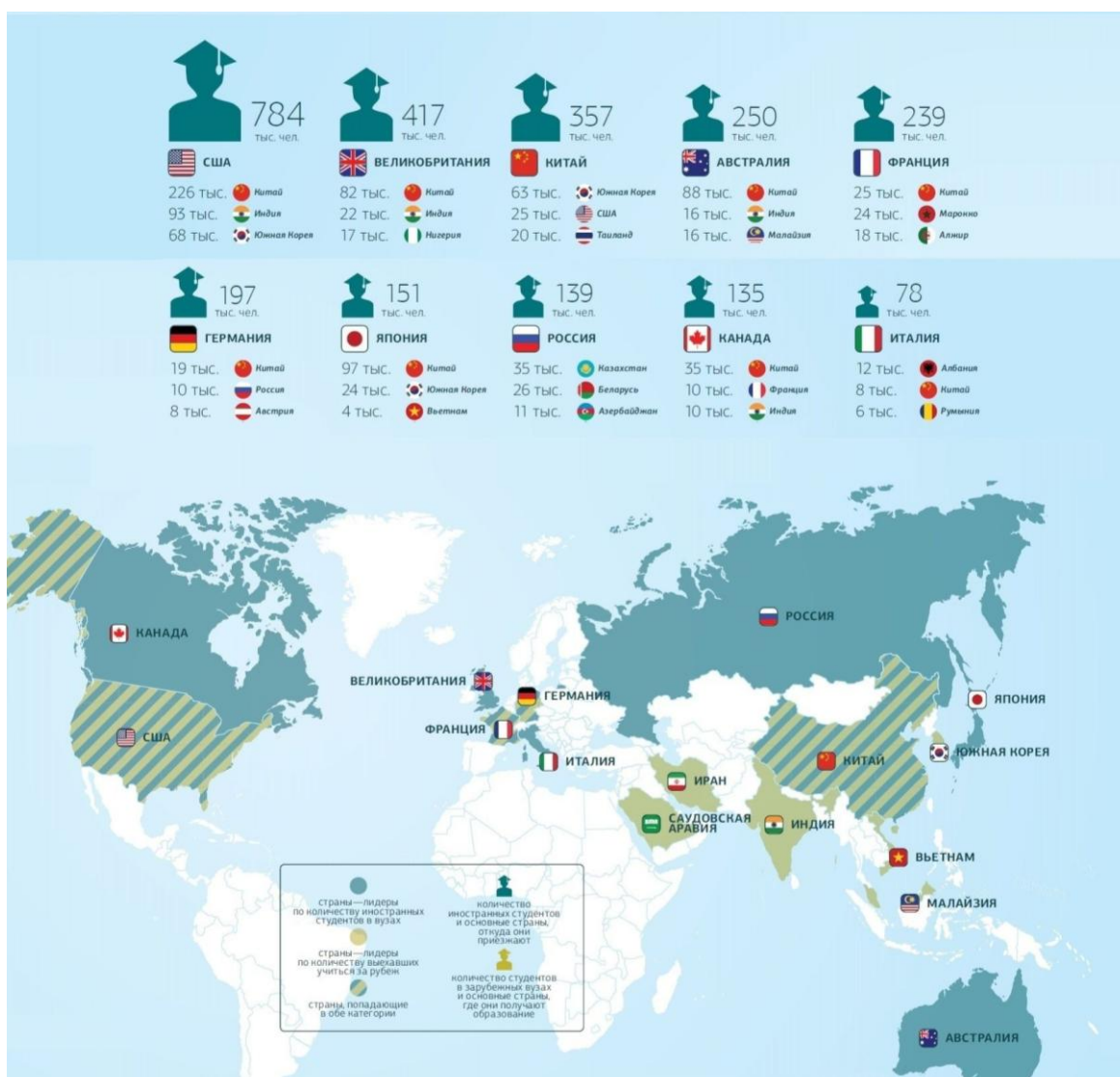
Рейтинг социальных сетей в мире за 2017г.



Глобальные сферы влияния в процентном соотношении
(средства политики «новой публичной дипломатии»)



10 стран-лидеров по количеству иностранных студентов



Приложение 20

Р Ф	Социальна я сеть		количество постов в день	количеств о постов общее	количество подписчико в	СШ А	Социальна я сеть		количество постов в день	количеств о постов общее	количество подписчико в
	Instagram	Владими р Путин	Отсутствует				Instagram	Дональд Трамп	7	3372	8,8 млн
		Дмитрий Медведе в	Не каждый день по 1	543	2,9 млн			Барак Обама	Не каждый день по 1	241	17,2 млн
		Сергей Лавров	Отсутствует в инстаграмме					Рекс Тиллерсон	Не каждый день по 1	19	1469 чел
		Мария Захарова	Не каждый день по 1	1118	126 тыс			Хизер Нойрет	1-2	1043	51 тыс
		МИД РФ	2	1378	112 тыс			Госдеп США	1-2	637	213 тыс
		Дмитрий Песков	Отсутствует					Дженифер Псаки	Отсутствует в инстаграмме		
	Twitter	Владими р Путин	Отсутствует				Twitter	Дональд Трамп	5-7	37,5 тыс	23 млн
		Дмитрий Медведе в	1	1215	5,5 млн			Барак Обама	1-2	352	15 млн
		Сергей Лавров	Отсутствует в твиттере					Рекс Тиллерсон	Не каждый день по 1-2	61	1392 чел
		Мария Захарова	Отсутствует в твиттере					Хизер Нойрет	5	4084	266 тыс
		МИД РФ	4	48,3 тыс	1,25 млн			Госдеп США	7-10	55 тыс	5 млн
Дмитрий Песков		1-2 не каждый день	38	2322	Дженифер Псаки	Не каждый день по 1-2		1169	37 тыс		

РФ	Социальная сеть		количество постов в день	количество подписчиков	США	Социальная сеть		количество постов в день	количество подписчиков
	Facebook	Владимир Путин	Отсутствует			Facebook	Дональд Трамп	5-7	24 млн
		Дмитрий Медведев	По 1-2 поста не каждый день	1,4 млн			Барак Обама	По 1-2 поста не каждый день	53 млн
		Сергей Лавров	Отсутствует				Рекс Тиллерсон	Отсутствует	
		Мария Захарова	2-3	387 тыс			Хизер Нойрет	По 1-2 поста не каждый день	14 тыс
		МИД РФ	5-7	370 тыс			Госдеп США	5-7	1,8 млн
		Дмитрий Песков	Отсутствует				Дженифер Псаки	Отсутствует	
		YouTube	Владимир Путин	Отсутствует			YouTube	Дональд Трамп	Отсутствует
	Дмитрий Медведев		Отсутствует			Барак Обама		Отсутствует	
	Сергей Лавров		Отсутствует			Рекс Тиллерсон		Отсутствует	
	Мария Захарова		Отсутствует			Хизер Нойрет		Отсутствует	
	МИД РФ		1-3	13 тыс		Госдеп США		2-3	75 тыс
	Дмитрий Песков		Отсутствует			Дженифер Псаки		Отсутствует	